



ESTG



INSTITUTO POLITÉCNICO  
DE VIANA DO CASTELO

Bruno Daniel Vieira Gomes

MONOGRAFIA DE EDUARDO AFONSO DIAS

2010

MONOGRAFIA DE EDUARDO AFONSO DIAS

Duas décadas de design de produto em Português

Bruno Daniel Vieira Gomes

Escola Superior de Tecnológica e Gestão



INSTITUTO POLITÉCNICO  
DE VIANA DO CASTELO

Bruno Daniel Vieira Gomes

Monografia de Eduardo Afonso Dias  
Duas décadas de design de produto em Português

Design do Produto  
Mestrado em Design Integrado

Trabalho efectuado sob a orientação  
Professora Doutora Eduarda Lima, Professora Adjunta do ESTG-IPVC,  
Orientadora  
e do Designer Carlos Aguiar, Professor Convidado da FEUP,  
Co-Orientador

Outubro de 2010



## Júri

Presidente:

Doutor Pedro Vasco da Silva Magalhães e Vasconcelos

Professor Adjunto do IPVC-ESTG

Coordenador do MDI

Vogal:

Doutor Ermanno Aparo

Professor Adjunto do IPVC-ESTG

Arguente

Vogal:

Doutora Eduarda Manuela Carvalho Lopes Gomes Pereira Lima

Professora Adjunta do IPVC-ESTG

Orientadora

Vogal:

Doutor Carlos Aberto Ferreira Aguiar Pinto

Professor Convidado da FEUP

Co-Orientador

Outubro de 2010

## Agradecimentos

Desejo expressar o meu agradecimento aos meus orientadoras Professora Doutora Eduarda Lima e Designer Professor Carlos Aguiar, pelo acompanhamento do trabalho e disponibilidade revelada ao longo deste trabalho, assim como pelas correcções e sugestões relevantes feitas durante a orientação, bem como pela amizade então demonstradas.

Ao Designer Eduardo Afonso Dias, pela disponibilidade e amizade demonstrada, pela aceitação de execução de uma tese monografia sobre a sua obra e carreira e obra.

À Doutora Rosa Venâncio, pela disponibilidade e amizade demonstrada, pela ajuda na procura de um co-orientador ligado a área do Design Industrial.

À Doutora Susana Medina, pela disponibilidade e amizade demonstrada, pelo intercâmbio de ideias e informações.

À minha colega de Mestrado Carina Bernadete, pela excelente relação pessoal e intercâmbio de ideias e informações.

Outubro de 2010

## RESUMO

Esta Monografia pretende compreender, referenciar e conferir reconhecimento público à obra do Designer Industrial Eduardo Afonso Dias. O contacto directo com o designer, revelou-se uma oportunidade única para a concretização deste trabalho. Eduardo Afonso Dias dispõe de um alargado registo da sua obra, o qual constituiu a base imediata de trabalho. A compilação de informação permitiu a análise de uma carreira, enriquecedora para o saber de estudantes e profissionais da área. Salienta-se especialmente a postura de um empreendedor, de um percurso consistente e continuado de Gestão do Design e de defesa da Indústria Nacional.

### **Palavras Chave:**

Autor, Design, Gestão, Indústria, Portugal.

Outubro de 2010

## ABSTRACT

This monograph aims to understand, reference, and give public recognition to the work of Industrial Designer Eduardo Afonso Dias. Direct contact with the designer, has proved to be a unique opportunity for the completion of this monograph. Eduardo Afonso Dias has an extensive record of his production as designer, which formed the immediate basis of this work. The compilation of information allowed the examination of a career that contributed to enhance the knowledge amongst students and professionals in this area. This monograph brings especially to light the attitude of an entrepreneur, a path of continued and consistent management of Design and defence of national industry.

### **Keywords:**

Author, Design, Management, Industry, Portugal.

Outubro de 2010

# ÍNDICE

## LISTA DE IMAGENS

I- INTRODUÇÃO .....	I
I.1 - Actividades Académicas .....	3
I.2 - Actividades Relevantes .....	3
I.3 - Participação em Exposições .....	3
I.4 - Participação em Catálogos .....	4
2 - A ABERTURA À EXPLORAÇÃO .....	5
2.1 - Anos 30 .....	5
2.2 - Anos 50 .....	5
3 - A CONSTRUÇÃO DE UM DESIGNER PORTUGUÊS .....	7
3.1 - Anos 60 .....	7
3.2 - Colaboração no atelier de Sena da Silva e de Frederico George .....	7
3.3 - Colaboração no atelier de Daciano da Costa .....	7
3.3.1 - Projectos em que colaborou no <i>design</i> de interiores e equipamento .....	8
3.4 - Colaboração no atelier de Conceição Silva .....	9
3.4.1 - Projectos em que foi responsável pelo processo de <i>design</i> .....	10
4 - AS PRIMEIRAS INTERVENÇÕES NUM DESIGN INDUSTRIALIZADO .....	11
4.1 - Linha de mobiliário Omnia .....	11
4.2 - Linha de candeeiros TUBUS .....	13
4.3 - Linha de cutelaria OMO .....	14
4.4 - Linha de cutelaria Guimarães .....	14
4.5 - Linha de facas GUME .....	15
4.6 - Linha de vasos Quercus .....	17
4.7 - Linha de recipientes Lyrica .....	18
4.8 - Linha de recipientes Ping .....	18
5 - UNITEAM .....	20
5.1 - “Intermediarismo não-parasita” .....	20
5.2 - “Faço o <i>Design</i> possível” .....	20
5.3 - Projecto industrial vs <i>Designer</i> .....	21
5.4 - A Indústria vs Mercado .....	23
5.5 - O Fabrico vs Distribuição .....	23
5.6 - Produtos desenvolvidos na UNITEAM .....	25
5.6.1 - Linha de tabuleiros LIZA .....	25

5.6.2 - Linha de tábuas PLATO .....	26
5.6.3 - Linha de vasos FLORA .....	26
5.6.4 - Linha de utensílios de cozinha OPTA .....	27
5.6.5 - Linha de copos AQUA .....	28
5.6.6 - Linha de panelas, xícaras e recipientes COOK TIME .....	29
5.6.7 - Linha de recipientes MIGRA .....	31
5.6.8 - Linha de recipientes RONDA .....	31
5.6.9 - Linha de vasos CRESUS .....	32
5.6.10 - Linha de recipientes LARA .....	33
5.6.11 - Linha de facas CT line .....	34
5.6.12 - Linha de facas KR line .....	34
5.6.13 - Linha de utensílios de cozinha CHEF .....	35
5.6.14 - Linha de recipientes RUSTIKA .....	35
5.6.15 - Linha de cutelaria TAVOLA e TAVOLA abs .....	36
5.6.16 - Linha de recipientes TERRA I.....	37
5.6.17 - Linha de cutelaria MIGNON .....	37
5.6.18 - Linha de facas SHEPARD .....	38
5.6.20 - Linha de frascos ANIKKA .....	38
5.6.21 - Linha de suporte velas e de lamparinas ALADINO .....	39
5.6.22 - Linha de recipientes BLOK .....	39
5.6.23 - Linha de utilitários de cozinha BICOR .....	40
5.6.24 - Linha de facas COUNTRY .....	40
5.6.25 - Linha de chaleira TEASET .....	41
5.6.26 - Linha de recipientes ALMAS .....	41
5.6.27 - Linha de facas BILLE .....	42
5.6.28 - Linha de tábuas GOURMET .....	42
5.6.29 - Linha de fogareiro FLAMA .....	43
5.6.30 - Linha de utensílios de jardinagem JARDIM .....	43
5.6.31 - Linha de facas MICHEL dc .....	44
5.6.32 - Linha de sofás RITZ .....	45
5.6.32 - Linha de mobiliário ARCÁDIA .....	45
5.7 - A surpresa dos plásticos .....	46
5.7.1 - Linha de recipientes, chávenas, guarda talheres PROGRESS .....	46
5.7.2 - Linha de baldes UNI .....	48
5.7.3 - Linha de chávenas COMBI .....	49
5.7.4 - Linha de bandejas MAGIC .....	49

5.8 - Intério .....	52
6 - UNIFORMA .....	54
7 - PRÉMIOS DE <i>DESIGN</i> .....	60
7.1 - Grande Prémio da 1º Bienal de <i>Design</i> Industrial 1983 .....	60
7.2 - Prémio Nacional de <i>Design</i> Industrial 1992 .....	60
7.3 - Prémio Nacional de <i>Design</i> 1992 - Prémio Carreira .....	60
7.4 - Destaques .....	63
8 - FUTURO .....	64
9 - ENTREVISTA A EDUARDO AFONSO DIAS .....	66
9.1 - Entrevistas e trabalhos publicados .....	71
10 - CONCLUSÃO .....	72
11 - BIBLIOGRAFIA .....	73
12 - ANEXOS .....	75
12.1 - Principais mercados de exportação .....	75
12.2 - Principal mercado interno .....	77
12.3 - Principais fabricantes .....	78



## LISTA DE IMAGENS

Figura 1.1 - Fotografia - Eduardo Manuel Martinez Afonso Dias .....	2
Figura 4.1 - Fotografias - linha de mobiliário de habitação OMNIA .....	11
Figura 4.2 - Imagem – brochura promocional de linha de mobiliário de habitação OMNIA .....	12
Figura 4.3 - Imagem – brochura promocional de linha de mobiliário de habitação OMNIA .....	12
Figura 4.4 - Fotografias - linha de candeeiros TUBUS .....	13
Figura 4.5 - Figura - logotipo tipográfico para linha de candeeiros TUBUS .....	13
Figura 4.6 - Fotografia - linha de cutelaria OMO .....	14
Figura 4.7 - Fotografia - linha de cutelaria Guimarães .....	15
Figura 4.8 - Fotografia e imagem - linha de facas GUME .....	16
Figura 4.9 - Figura - logotipo tipográfico para linha de facas GUME .....	16
Figura 4.10 - Figura - logotipo para empresa ICEL .....	16
Figura 4.11 - Fotografias - linha de vasos Quercus .....	17
Figura 4.12 - Fotografias - linha de vasos Quercus .....	17
Figura 4.13 - Fotografias - linha de recipientes Lyrica .....	18
Figura 4.14 - Figura - logotipo para empresa SAFARIL .....	18
Figura 4.15 - Fotografias - linha de recipientes Ping .....	19
Figura 4.16 - Figura - logotipo tipográfico para linha de recipientes Ping .....	19
Figura 5.1 - Fotografia - regador fabricado a partir do aproveitamento caixa de açúcar .....	22
Figura 5.2 - Esquema - funcionamento da UNITEAM .....	24
Figura 5.3 - Figura - logotipo para empresa UNITEAM .....	24
Figura 5.4 - Fotografia - linha de tabuleiros LIZA .....	25
Figura 5.5 - Fotografia - linha de tabuleiros LIZA .....	25
Figura 5.6 - Figura - logotipo tipográfico para linha de tabuleiros LIZA .....	25
Figura 5.7 - Fotografia - linha de tábuas PLATO .....	26
Figura 5.8 - Figura - logotipo tipográfico para linha de tábuas PLATO .....	26
Figura 5.9 - Fotografia - linha de vasos FLORA .....	27
Figura 5.10 - Figura - logotipo tipográfico para linha de utensílios de cozinha OPTA .....	27
Figura 5.11 - Fotografia - linha de utensílios de cozinha OPTA .....	28
Figura 5.12 - Fotografia - linha de copos AQUA .....	28

Figura 5.13 - Fotografia e Figura - linha de panelas COOK TIME .....	29
Figura 5.14 - Fotografia - linha especial de panela COOK TIME .....	30
Figura 5.15 - Fotografia - linha de bule COOK TIME .....	30
Figura 5.16 - Fotografia - linha de recipientes COOK TIME .....	30
Figura 5.17 - Fotografia - linha de recipientes MIGRA .....	31
Figura 5.18 - Figura - logotipo tipográfico para linha de recipientes MIGRA .....	31
Figura 5.19 - Fotografia - linha de recipientes RONDA .....	32
Figura 5.20 - Figura - logotipo tipográfico para linha de recipientes RONDA .....	32
Figura 5.21 - Figura - logotipo tipográfico para linha de vasos CRESUS .....	32
Figura 5.22 - Fotografia - linha de vasos CRESUS .....	33
Figura 5.23 - Fotografia - linha de vasos LARA .....	33
Figura 5.24 - Fotografia - linha de facas CT line .....	34
Figura 5.25 - Fotografia - linha de facas KR line .....	34
Figura 5.26 - Fotografia - linha de utensílios de cozinha CHEF .....	35
Figura 5.27 - Fotografia - linha de recipientes RUSTICA .....	35
Figura 5.28 - Fotografia - linha de cutelaria TAVOLA .....	36
Figura 5.29 - Fotografia - linha de cutelaria TAVOLA abs .....	36
Figura 5.30 - Fotografia - linha de recipientes TERRA I .....	37
Figura 5.31 - Fotografia - linha de cutelaria MIGNON .....	37
Figura 5.32 - Fotografia - linha de facas SHEPARD .....	38
Figura 5.33 - Fotografia - linha de frascos ANIKKA .....	38
Figura 5.34 - Fotografia - linha de suporte de velas e de lamparinas ALADINO .....	39
Figura 5.35 - Fotografia - linha de recipientes BLOK .....	39
Figura 5.36 - Fotografia - linha de utilitários de cozinha BICOR .....	40
Figura 5.37 - Fotografia - linha de facas COUNTRY .....	40
Figura 5.38 - Fotografia - linha de chaleiras TEASET .....	41
Figura 5.39 - Fotografia - linha de recipientes ALMAS .....	41
Figura 5.40 - Fotografia - linha de facas BILLE .....	42
Figura 5.41 - Fotografia - linha de tábuas GOURMET .....	42
Figura 5.42 - Fotografia - linha de fogareiro FLAMA .....	43
Figura 5.43 - Fotografia - linha de utensílios de jardinagem JARDIM .....	43
Figura 5.44 - Figura - logotipo tipográfico para linha de utensílios de jardinagem JARDIM .....	44
Figura 5.45 - Fotografia - linha de facas MICHEL DC .....	44
Figura 5.46 - Figura - logotipo tipográfico para linha de facas MICHEL dc .....	45
Figura 5.47 - Fotografia - linha de sofás RITZ .....	45

Figura 5.48 - Fotografia - linha de mobiliário ARCÁDIA .....	46
Figura 5.49 - Fotografia - linha de produtos PROGRESS .....	47
Figura 5.50 - Fotografia - linha de recipientes para produtos de mesa PROGRESS .....	47
Figura 5.51 - Fotografia - linha de recipientes para arrumação PROGRESS .....	47
Figura 5.52 - Fotografia - linha de chávenas PROGRESS .....	48
Figura 5.53 - Fotografia - linha de recipientes para guardar talheres PROGRESS .....	48
Figura 5.54 - Fotografia - linha de baldes UNI .....	48
Figura 5.55 - Fotografia - linha de copos COMBI .....	49
Figura 5.56 - Figura - logotipo tipográfico para linha de copos COMBI .....	49
Figura 5.57 - Fotografia - linha de pratos e bandejas MAGIC .....	50
Figura 5.58 - Figura - logotipo tipográfico para linha de pratos e bandejas MAGIC .....	50
Figura 5.59 - Desenho - colher da linha MAGIC .....	51
Figura 5.60 - Desenho - chávena da linha MAGIC .....	51
Figura 5.61 - Fotografia - Showroom UNITEAM em Alfragide, Lisboa .....	52
Figura 5.62 - Figura - logotipo desenvolvido para empresa INTÉRIO .....	52
Figura 5.63 - Fotografia - Showroom INTÉRIO no Centro Comercial Fonte Nova, Lisboa .....	53
Figura 5.64 - Fotografia - Showroom INTÉRIO na Praça Príncipe Real, Lisboa .....	53
Figura 6.1 - Figura - logotipo desenvolvido para empresa UNIFORMA .....	54
Figura 6.2 - Desenho - Quarto de Hotel Ocean Park, Funchal .....	54
Figura 6.3 - Desenho - Suite de Hotel Ocean Park, Funchal .....	55
Figura 6.4 - Fotografia - linha de poltronas Pomba .....	55
Figura 6.5 - Desenho - Hall de Entrada e Sala de Espera de Pousada de Arraiolos .....	56
Figura 6.6 - Desenho - Quarto e Sala de Jantar de Pousada de Arraiolos .....	56
Figura 6.7 - Desenho - Sala de Espera de Pousada de Arraiolos .....	57
Figura 6.8 - Fotografia - linha de sofás Arraiolos .....	57
Figura 6.9 - Desenho - conceito de Quarto para Hotel o Novo Século .....	58
Figura 6.10 - Desenho - cadeira para conceito de Quarto Hotel o Novo Século .....	58
Figura 6.11 - Figura - linha de candeeiros para conceito: Hotel o novo Século .....	59
Figura 6.12 - Desenho - linha de candeeiros para conceito: Hotel o novo Século .....	59
Figura 7.1 - Figura – Selos CTT Design 2003, linha de nfacas GUME .....	63

## I- INTRODUÇÃO

Os factores de escolha do tema foram despoletados pela força e necessidade de conferir reconhecimento à obra de Eduardo Afonso Dias, e pela oportunidade única de contacto directo com o *designer* e com o seu vasto currículo de objectos.

Eduardo Afonso Dias dispõem de um alargado registo do seu trabalho, base imediata que permitiu a reunião de informação com o objectivo de elaborar uma análise única da sua obra.

Trata-se de objectos enriquecedores para o saber de *designers*, especialmente no que representa a postura de Eduardo Afonso Dias como *designer* empreendedor, com um percurso consistente e continuo de Gestão de Design de Defesa da Indústria Nacional.

Este *designer* foi figura marcante da primeira geração de *designers* portugueses e é hoje um dos mais respeitados profissionais do sector. A sua obra engloba, para além do *design* industrial, o *design* de interiores de médias e grandes instalações públicas e privadas, de *stands* e exposições, a imagem corporativa de empresas e instituições, e a autoria de projectos de viabilização comercial de produtos nacionais destinados maioritariamente ao mercado externo.

É importante sublinhar o seu trabalho num contexto histórico, económico e social específico, como o de Portugal, país que esteve submetido a uma ditadura, sucumbido no caos político, financeiro e social.

Eduardo Afonso Dias nasce em Lisboa em 1938 e a sua juventude é vivida num regime político autoritário, o Estado Novo. Na vigência deste período Salazarista, o tecido industrial português foi afectado. Contudo os anos pós-guerra anunciaram um espírito de optimismo, pois o mercado interno encontrava-se a salvo da concorrência externa, o que fez com que a quantidade de unidades industriais crescesse. Este crescimento foi marcado por unidades fabris tecnicamente obsoletas de produção oficial / artesanal.

Os anos 50 foram marcados pela racionalidade, estando o desenho contemporâneo patente nas criações de Arquitectura e *Design*. É ao longo desta década que florescem os primeiros autores do *Design* Industrial Português: Frederico George, Sena da Silva, Daciano da Costa, Conceição Silva foram impulsionadores do *design* em português. É ao colaborar com estes mestres que Eduardo Afonso Dias adquire formação e maturação profissional.

O golpe militar levado a cabo pelo Movimento de Forças Armadas em 25 de Abril de 1974 põe termo a um período de 48 anos de ditadura, data de grande mudança na liberdade e estilo de vida para o povo português.

## I- INTRODUÇÃO

Ao longo do anos 70, como *Designer*, Eduardo Afonso Dias vai tendo as suas primeiras intervenções esporádicas no campo do produto do *design* industrial, sendo o grande passo em 1977, quando se torna sócio fundador da Uniteam S.A.

A experiência pontual levou-o a imaginar uma empresa vocacionada para o fomento da exportação de produtos para casa, desde o decorativo ao utilitário, envolvendo a cerâmica, o vidro, a madeira, os metais, a cortiça e os têxteis.

Desde a sua criação, a Uniteam teve patente um espírito de desenvolvimento e produção dos seus produtos em fábricas nacionais com objectivo de criar produtos novos, ou para-novos, não sendo meramente exportadores. Esta empresa situou-se no lugar de intermediário não-parasita, fornecendo o necessário *know-how* nos vários domínios, instruindo as empresas nacionais sobre a mecânica da exportação e a burocracia a percorrer. Uma empresa interessada na qualidade dos produtos, no *design*, no *marketing*, na produção, na comercialização, e na continuidade nas ligações com os potenciais compradores. Saber adaptar o produto à capacidade de produção e saber adaptar as necessidades do mercado.

A metodologia projectual e empresarial leva Uniteam a obter relações comerciais com o mercado interno e sobretudo com o mercado externo: Angola, Alemanha, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Escandinávia, EUA, Espanha, Finlândia, França Holanda, Itália, Inglaterra, Irlanda, Japão, Noruega, Suécia e Suíça.

É um facto que o *design* de produto de Eduardo Afonso Dias (Figura 1.1) foi além fronteiras, numa escala única no panorama português, pelo que se deve absorver e aprender com o seu percurso.



Figura 1.1 – Fotografia de Eduardo Manuel Martinez Afonso Dias (1).

### **I.1- Actividades Académicas**

- . Professor no IADE, Instituto de Arte e *Design* em 1972
- . Professor na FA.UTL, Faculdade de Arquitectura, Universidade Técnica de Lisboa, Licenciatura em Arquitectura do *Design*, de 1994 a 2008.
- . Vice presidente do Departamento de Arte e *Design* na FA.UTL, de 2003 a 2008.
- . Membro de Coordenação de Mestrados e Pós-Graduações em *Design* na FA.UTL, de 2004 a 2008.
- . Membro da Assembleia de Representantes da FA.UTL, de 2004 a 2006.
- . Professor no Curso de Doutoramento em *Design* na FA.UTL, de 2008 a 2010.
- . Professor na Pós-Graduação em *Design* Estratégico e Inovação, no ISEG 2009/2010.

### **I.2- Actividades Relevantes**

- . Consultor da Norma 1981/84, Planeamento e Gestão de projectos.
- . Consultor do Centro Português de *Design*, de 1991 a 2001.
- . Consultor da Megarim Contracting desde 2001.
- . Sócio fundador da Associação Portuguesa de *Designers*, membro da 1ª e 2ª direcção.
- . Membro da Comissão de Especialistas em *Design* e Artes Plásticas, Ministério da Ciência, Tecnologia e do Ensino Superior, de 2006 a 2009.

### **I.3- Participação em Exposições**

- 1972 - 1ª Exposição de *Design* Português na Sociedade Nacional de Belas Artes – Lisboa, Portugal.
- 1973 - 2ª Exposição de *Design* Português na Sociedade Nacional de Belas Artes – Lisboa, Portugal.
- 1980 - FORMEX – Estocolmo, Suécia.
- 1982 - “Design & Circunstância” na Sociedade Nacional de Belas Artes – Lisboa, Portugal.
- 1984 - “As Descobertas de Portugal” na Bloomingdale’s – Nova Iorque, USA.
- 1985 - Messe Frankfurter 85 – Frankfurt, Alemanha.
- 1986 - 1º Seminário Nacional de *Design* – Leiria, Portugal.
- 1986 - Messe Frankfurter 86 – Frankfurt, Alemanha.
- 1987 - Exposição na Galerias das Casa das Artes de Tavira – Tavira, Portugal.
- 1987 - Messe Frankfurter 87 – Frankfurt, Alemanha.
- 1988 - Messe Frankfurter 88 – Frankfurt, Alemanha.
- 1992 - Fórum *Design* na Galeria do Palácio Galveias – Lisboa, Portugal.
- 1993 - Messe Frankfurter 93 – Frankfurt, Alemanha.
- 1993 - Fórum *Design* – Palácio Galveias, Lisboa.
- 1993 - “Os Caminhos do *Design*” na exposição itinerante do Centro Português de *Design*.
- 1994 - *Design* 94 no Centro Cultural de Belém – Lisboa, Portugal.

## I- INTRODUÇÃO

- 1994 - Portugal no Japão no Museu Azabu – Tóquio, Japão.
- 1994 - Portugal Moving no ATC Design Center – Osaka, Japão.
- 1994 - Design's Drawing no Museu de Arte Moderna de Rijeka – Rijeka, Croácia.
- 1995 - Portugal. Descubra um novo país – Rio de Janeiro e São Paulo, Brasil.
- 1998 - 1ª Bienal de Artes Plásticas na Festa do Avante – Amora, Portugal.
- 1999 - Design 2000 na Galeria do Palácio Galveias – Lisboa, Portugal.
- 2000 - Mobilis 2000 “20 Designers Portugueses” – Paços de Ferreira, Portugal.
- 2000 - Diseño Português “Un compromiso con la Industria” na Fundacion Carlos de Amberes – Madrid, Espanha.
- 2001 - Prémios de Carreira no Centro Cultural de Belém – Lisboa, Portugal.

### I.4- Participação em Catálogo

- . *Design 94*, Centro Cultural de Belém – Lisboa, Portugal / Setembro 1994
- . Portugal, Descubra um Novo País – São Paulo, Brasil / Outubro 1994
- . *Mobiliário Portugal*, ICEP – Montreal, Canadá / Outubro 1995
- . VIII Bienal de Artes Plásticas – Festa do Avante / Setembro 1998
- . *Design 2000*, Palácio Galveias – Lisboa, Portugal / Outubro 1999
- . *Mobilis*, 1ª Bienal Internacional de *Design* de *Mobiliário* – Paços de Ferreira, Portugal / Outubro 2000
- . *Perfil de Portugal*, ICEP – Madrid, Espanha / Outubro 2000
- . *Diseño Portugues*, Un compromiso con la Industria. Fundacion Carlos de Amberes – Madrid, Espanha / Outubro, Novembro 2000
- . Prémio Nacional de *Design 2000*, Carreira – Lisboa, Portugal / Novembro 2000



## 2- A ABERTURA À EXPLORAÇÃO

### 2.1 - Anos 30

Portugal em 1926, submetido a uma ditadura nacional que impõe o comando num país sucumbido no caos político, financeiro e social resultantes dos dezasseis anos conturbados da 1ª república.

No Secretariado de Propaganda Nacional (1933), sob direcção de António Ferro, surge a possibilidade e o estímulo à exploração gráfica de numerosos artistas modernistas portugueses.

Eduardo Afonso Dias nasce em Lisboa em 1938, cinco anos depois da entrada em vigor da nova constituição política da República Portuguesa, em 1933. O país passa trinta e seis anos sob um regime político autoritário e corporativista, o Estado Novo, que se estende até 1968. Chama-se a este período “Salazarista”, pelo facto de o Estado Novo se ter centrado na figura de Salazar, marcado pelo seu estilo pessoal de governação. No entanto, abrange igualmente o período em que Marcello Caetano é o sucessor de Salazar, assumindo-se como “continuador” e chefiando o governo entre 1968 e 1974.

A II Guerra Mundial desbasta o mundo (1933-1945). A neutralidade portuguesa no conflito atrai refugiados de toda a Europa, sendo Lisboa um porto seguro de passagem para o continente Americano. Os hábitos sociais dos refugiados, muito liberais, seduzem os lisboetas provocando mudanças nos seus costumes.

Ao longo da vigência deste período, o tecido industrial português é afectado. Contudo os anos pós-guerra anunciaram um espírito de optimismo e confiança “(...) o mercado interno encontra-se a salvo da concorrência externa, a situação mostra-se favorável e a quantidade de unidades industriais cresceu de forma extraordinária” (2). Contudo, as dificuldades de importação de combustíveis, matérias-primas e bens de equipamento promoveram o nascimento de unidades tecnicamente obsoletas, constituindo assim uma verdadeira vaga de produção Oficial / Artesanal.

### 2.2- Anos 50

Após a Exposição do Mundo Português em 1940, o movimento moderno fica consolidado. A racionalidade constitui palavra de ordem nos anos 50, estando já patente um desenho contemporâneo nas criações de Arquitectura e Design.

## 2- ABERTURA À EXPLORAÇÃO

Já com dezanove anos, em 1957, Eduardo Afonso Dias ingressa no curso de escultura na ESBAL - Escola Superior de Belas Artes de Lisboa e frequenta o curso até 1960. É ao longo desta década que surgem os primeiros autores do *Design Industrial Português*: Frederico George, António Sena da Silva, Daciano da Costa, Conceição Silva foram impulsionadores do *design* industrial em Portugal. Alguns arquitectos e artistas plásticos portugueses, preocupados com o ensino do *design* e a prática deste nas nossas indústrias, foram ao estrangeiro para trabalhar e partilhar ideias com outros *designers*.

Assim aconteceu com Frederico George, que, na sua deslocação aos Estados Unidos da América, no início dos anos 50, conviveu com Walter Gropius e Mies Van Der Rohe, trazendo novos ideais inspirados na Bauhaus, contribuindo para a reformulação do ensino académico e para formação do futuro *designer*. Também Sena da Silva, nos finais dos anos 50, expôs a sua inquietação sobre a produção industrial e o papel do *designer*. Considerava imprescindível uma consciência de mudança, que fizesse a passagem da produção artesanal para a produção industrial, e permitisse construir tantas peças quantas as necessárias com uma visão abrangente e global - o *Design*.

*“No industrialismo, o design sucede ao artesanato. Ao aperfeiçoamento total da forma de unidade para unidade sucede a alteração de milhão para milhão. A necessidade de uma estrutura técnico - cultural universalizada está implícita para o designer, na sua qualidade de artífice à escala dos milhões e dos continentes” (3).*

Nos ateliers de alguns arquitectos, tentavam formar-se *designers* fora do contexto do ensino académico, com a certeza da importância do *design* para o desenvolvimento social e cultural da sociedade. No que respeita à indústria de mobiliário, algumas oficinas de produção artesanal e as fábricas, nas quais predominava ainda o trabalho manual, perceberam que a época era de mudança. *“A história destas fábricas foi, em muitos aspectos, idêntica, sendo de salientar o facto de se terem vindo instalar em Lisboa e arredores, pelo facto de a maioria das grandes obras públicas e privadas terem sido erigidas na capital e no sul. É interessante verificar que a maioria destes industriais tinham um bom relacionamento entre si e que, partilhando os mesmos problemas, faziam os mesmos percursos, o que os levou deslocarem-se ao estrangeiro, muitas vezes em conjunto, para visitarem exposições, feiras e indústrias de mobiliário. (...) A sua produção, no que respeita ao mobiliário doméstico, (...) até finais da década de cinquenta, pouco se terá afastado daquilo que Frederico George apelidou de “folclorismo historicista” e que constituía a versão para mobiliário daquela produção arquitectónica que ficou conhecida como Português Suave” (4).*

### 3- A CONSTRUÇÃO DE UM DESIGNER PORTUGUÊS

#### 3.1 - Anos 60

Depois de ultrapassada a austeridade do pós-guerra, os anos 60 nascem com grande optimismo e testemunham profundas mudanças na sociedade. A juventude protagoniza os movimentos estudantis, a mulher emancipa-se e ganha liberdade sem precedentes.

Assiste-se ao nascimento das primeiras experiências de ensino de *design* protagonizadas inicialmente por Frederico George, Daciano da Costa, Roberto de Araujo e Lagoa Henriques e à criação do IADE – Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing de Lisboa.

Através da publicação da revista britânica - *Design*, “os profissionais portugueses passaram a ter acesso às reflexões mais recentes como os artigos de Bruce Archer sobre metodologia do *design*” (5).

#### 3.2- Colaboração no atelier de Sena da Silva e Frederico George

A construção do *design* português despoleta entre 1960 a 1974, período no qual Eduardo Afonso Dias não termina o curso de escultura e inicia a sua experiência profissional entre 1961 e 1962, como desenhador no atelier do arquitecto António Sena da Silva.

Aí adquire “a consciência do que era a indústria, o *design* lato sensu”. O futuro designer ingressou em seguida no espaço referencial o atelier do pintor e arquitecto Frederico George, lugar onde, para além da discussão de ideias, adquiriu “autonomia para avançar com uma outra acção projectual autónoma.” Foram anos de construção de identidade profissional, “ouvindo o Frederico e o Sena como mestres”, “discutindo e discordando”, adquirindo, enfim, “consciência do *design*”. Anos também de prática de fotografia (“Quería ir estudar fotografia para Inglaterra”) e de convívio com fotógrafos como Gérard Castello Lopes e Carlos Afonso Dias, seu irmão, o próprio Sena da Silva, o arquitecto Gil Graça e o pintor Michael Barrett, todos fazendo concursos fotográficos entre si e registando officios lisboetas em declínio, como o dos carvoeiros e latoeiros. Mas o factor decisivo, “o cimento da sua formação”, foi a entrada como “colaborador e amigo” para o atelier de Daciano da Costa em 1964 onde, até 1970 colaborou” (6).

#### 3.3- Colaboração no atelier de Daciano da Costa

Foi aos 26 anos como fotógrafo que através de uma encomenda para o atelier de Daciano da Costa, conseguida pelo seu amigo, o pintor Jorge Martins, que conhece o mestre.

“Cheguei ao *design* porque não me deixaram ir para o cinema”. Acabou a trabalhar no Atelier de Bé-

### 3- A CONSTRUÇÃO DE UM DESIGNER PORTUGUÊS

*lem. Este é um período fundamental de aprendizagem nas mais diversas áreas artísticas. “São áreas paralelas que se entre cruzam todas: o cinema, a fotografia, o design, a escultura, a cenografia...” (7).*

*Atelier, “fundado em 1959 por Daciano Monteiro da Costa (1930 - 2005) onde desenvolveu múltiplas vertentes de design. Daciano da Costa foi um dos pioneiros do Design Industrial Português e projectou para numerosos sectores da industria nacional. Da sua ligação á “Metalúrgica da Longra” resultaram sucessivas linhas de mobiliário para escritório que, ao longo de mais de três décadas conheceram uma inédita aceitação por parte do público. Desde muito cedo Daciano da Costa dedicou-se à concepção de mobiliário e de equipamento para ambientes específicos, na complementaridade do projecto de arquitectura e em estreita articulação com ele.*

*Essa actividade, ligada sobretudo à construção de edificios públicos, equipamentos colectivos, representativos ou ligados ao turismo, iria contribuir de modo decisivo para a actual definição da disciplina de arquitectura de interiores.*

*Ao longo das décadas, o Atelier Daciano da Costa afirmou-se como uma referência no panorama profissional do projecto em Portugal, mas também como um Atelier – Escola. A forte vocação pedagógica do seu mentor permitiu que sucessivas gerações de jovens projectistas se integrassem numa equipa em constante renovação (...)” (8).*

#### **3.3.1 - Projectos em que colaborou no design de interiores e equipamento**

1964 / 65 - TEATRO VILLARET – Projecto de interiores e equipamento – Lisboa, Portugal.

1966 / 67 - BIBLIOTECA NACIONAL – Projecto de interiores e equipamento de sala de leitura e anfiteatro – Lisboa, Portugal.

1966 / 67 - CASINO ESTORIL – Projecto de interiores e equipamento de salão restaurante, cinema e wonderbar – Lisboa, Portugal.

1967 - LONGRA / AIRBORNE – Projecto expositivo de móveis Longra no grande salão da Sociedade Nacional de Belas Artes – Lisboa, Portugal.

1966 / 68 - HOTEL ALVOR – Projecto de interiores e equipamento de gril e coffe-shop da piscina – Algarve, Portugal.

1968 / 70 - BANCO BORGES & IRMÃO – Projecto de interiores e equipamento – Agência Portuense Lisboaeta, Portugal.

1968 - LOJA RIMA – Projecto de interiores e equipamento – Lisboa, Portugal.

1969 - BANCO ALENTEJO – Projecto de interiores e equipamento – Edifício Sede, Portugal

1969 - CINEMA CONDES – Projecto de interiores e equipamento de recuperação – Lisboa, Portugal.

1969 / 70 - HABITAT 70 – Projecto linha de mobiliário para habitação.

#### **3.4- Colaboração no atelier de Conceição Silva**

O choque petrolífero e a globalização económica e cultural dos anos 70 *“reflecte-se nas mais variadas situações nomeadamente nas mudanças de mercado: os produtos escandinavos, com simplicidade de formas e materiais naturais, são alvo de grande procura e a produção italiana deixa de ser a mais apetecível”* (9).

É segundo este contexto económico e cultural que Eduardo Afonso Dias aos 33 anos colabora com o Arquitecto Francisco Conceição Silva entre o período de 1971 a 1976 ficando responsável pelo sector de Interior e Equipamento.

*“Conhece-se a arquitectura de Conceição Silva. O peso do seu incansável trabalho e do seu inesgotável entusiasmo, marcaram a época lazarenta dos anos cinquenta e sessenta. Conhece-se menos bem o seu design.*

*Na sua arquitectura os objectos não se quedaram nos discretos limites da função de uso, tiveram um papel relevante nos ambientes passando a protagonizar quase sempre a sua unidade global. Uma íntima e espontânea compreensão da complexidade do “habitat” pode ser reconhecida nessa definição que os espaços adquirem pela acção dos objectos e pela relação sintáctica – sempre conseguida por CONCEIÇÃO SILVA – entre o desenho dos equipamentos e o dos elementos da construção.*

*O seu “design” - compreende-mo-lo agora – não era o mero resolver de um problema, a abordagem nacionalista do uso, do material e da produção dos objectos e dos sistemas; não se fica pela “determinação” da forma, da posição e do fim dos equipamentos. Estes eram parte da estrutura profunda do espaço, conceptualizado sem preconceitos de hierarquia no processo de desenho. Tanto assim é que ele próprio fazia questão de lembrar que iniciou a sua actividade profissional desenhando “coisas”.*

*Frequentemente, o objecto se autonomiza como produto independente. Quer relacionando-se na densidade dum programa específico, do que recentemente é exemplo a sua casa em Copacabana; quer, mais remotamente fazendo debutar o conceito de “linha de produtos” com os móveis da casa Jalco, ao tempo uma inovação entre nós. Essa exposição feita no início da sua actividade de arquitecto é também o início da sua actividade como designer.*

*Foi preciso esperar pela evolução do conceito de território da arquitectura para compreender e dar dignidade ao “design” de objectos. Conceição Silva não esperou: uma vez mais a sua perspicácia e a sua intuição o fizeram chegar mais cedo”* (10).

É administrador da empresa Conceição Silva, SARL de 1973 a 1976, período em que rompe o golpe militar levado a cabo pelo Movimento das Forças Armadas a 25 de Abril de 1974, pondo

### 3- A CONSTRUÇÃO DE UM DESIGNER PORTUGUÊS

fim a um período de 48 anos de ditadura.

Isto faz com que Conceição Silva se estabeleça no Brasil em 1975, o que foi em certa medida o retorno às origens. Fundou um pequeno atelier com arquitecto Pinto da Cunha e assim enfrentou um país novo, conseguindo em poucos anos consegue ter uma longa actividade que se traduziu na construção de vários edifícios.

#### **3.4.1 - Projectos em que foi responsável pelo processo de *design***

1971 - CONJUNTO TRÓIAMAR – Projecto de interiores e equipamento de restaurante, cervejaria e churrascaria – Tróia, Portugal.

1971 / 72 - CONJUNTO BICO DAS LULAS – Projecto de interiores e equipamento de restaurante e apartamentos – Tróia, Portugal.

1971 / 74 - BANDA DE APARTAMENTOS – Projecto de interiores e equipamento de 370 unidades em 14 Edifícios – Tróia, Portugal.

1972 / 73 - EDIFÍCIO CASTIL – Projecto de interiores de escritórios, recepção e zona comercial com colaboração de Edgar Mota– Lisboa, Portugal.

1973 - CINENA CASTIL / EDIFÍCIO CASTIL – Projecto de interior e equipamento com colaboração de Filipe Sousa Cardoso – Lisboa, Portugal.

1973 - LOJA DE MEIAS / EDIFÍCIO CASTIL – Projecto de interior e equipamento com colaboração de Filipe Sousa Cardoso – Lisboa, Portugal.

1973 - LOJA INSTANTA / EDIFÍCIO CASTIL – Projecto de interior – Lisboa, Portugal.

1973 - AGÊNCIA BANCO DE AGRICULTURA / EDIFÍCIO CASTIL – Projecto de interior com colaboração de Arquitecto José Torres – Lisboa, Portugal.

1973 - LOJA VALENTIM DE CARVALHO – Projecto de interior com colaboração de Arquitecto Santos Gomes – Lisboa, Portugal.

1973 - STAND LOTUS – Projecto de concepção e construção – FIL, Lisboa, Portugal.

1973 / 74 - HOTEL SERRA ESTRELA E CASA ABRIGO – Projecto de interiores e equipamento – Serra da Estrela, Portugal.

1973 / 74 - APARTHOTÉIS TRÓIA – Projecto de interiores e equipamento de torre 1, 2 e 3 – Tróia, Portugal.

#### 4- AS PRIMEIRAS INTERVENÇÕES NUM DESIGN INDUSTRIALIZADO

Antes da fundação da empresa Uniteam S.A. em 1977, Eduardo Afonso Dias já fazia algumas intervenções esporádicas no campo do produto do *design* industrial.

##### 4.1 - Linha de mobiliário para habitação OMNIA

Em 1970, Eduardo Afonso Dias começa a desenvolver a linha de mobiliário para habitação OMNIA (Figura 4.1) com colaboração do decorador Gilberto Lopes. Este produto é produzido pela Artur Campos, Lda. e teve como principal mercado Portugal.



Figura 4.1 – Linha de mobiliário para habitação OMNIA (fotografia cedida por Eduardo Manuel Martinez Afonso Dias).

Linha de mobiliário orientada para a zona de comer, estar e dormir, esteve presente no interior de espaços públicos, como Tróia Mar, e privados, como a banda de apartamentos de Tróia, entre 1971 a 1974. Foi notória a presença desta linha em vários outros interiores do arquitecto Conceição Silva.

A brochura de apresentação da linha OMNIA (Figura 4.2 e Figura 4.3) sugere-nos a leitura de um texto de apresentação: *“mobilier o interior de uma casa de maneira rígida com a escolha de móveis dificilmente adaptáveis a situações novas é uma concepção que está a ser definitivamente abandonada pois impede a possibilidade de alterar uma casa de acordo com as necessidades imediatas ou com modificações de gosto.*



#### 4- AS PRIMEIRAS INTERVENÇÕES NUM DESIGN INDUSTRIALIZADO

*Os arranjos interiores com as tradicionais mobílias não se coadunam, nem com os novos conceitos de vivência, nem com os factores económicos que cada vez mais pressionam a vida moderna.*

*Propondo uma solução que ultrapassa estes condicionalismos a linha OMNIA apresenta uma colecção de elementos componíveis versáteis que possibilitam um ambiente actual capaz de ser renovado ao gosto individual do momento ou de ser adaptado às necessidades não previstas de início.”*

DESCRIÇÃO	ref.ª	larg.	prof.	alt.
carrinho de chá	CHA	660	420	700
banco de malas	BM	850	470	410
moldura rectangular	mr	850	—	490
moldura circular	mc	diâm. 550	—	—

**ACESSÓRIOS**

Costas p/ estantes  
pontadas ou forradas a tecido  
Purcas de vidro p/ blocos  
Folhas de vidro p/ blocos e mesas  
Presilhas de vidro p/ bar  
Escantinhos p/ desmontáveis  
Espelho rectangular  
Espelho circular

**EXECUÇÃO**

Madeiras de Andrioba (mógo)  
ou Fale

**ACABAMENTOS**

LACAGEM (polyester) cores branco  
crujo

TINTAGEM cores laranja  
amarelo

ESTOFOS — Tecidos de li  
Nappa (lyonell)

## omnia

Mobilar o interior de uma casa de maneira rigida com a escolha de madeira facilmente adaptáveis a situações novas e uma concepção que está a ser definitivamente abandonada para impoer a possibilidade de alterar uma casa de acordo com as necessidades imediatas ou com modificações de gosto.

Os arranjos interiores com as tradicionais "mobílias" não se coadunam, nem com os novos conceitos de vivência, nem com os factores económicos que cada vez mais pressionam a vida moderna.

Propondo uma solução que ultrapassa estes condicionalismos a linha omnia apresenta uma colecção de elementos componíveis versáteis que possibilitam um ambiente actual capaz de ser renovado ao gosto individual do momento ou de ser adaptado às necessidades não previstas de início

DESCRIÇÃO	ref.ª	larg.	prof.	alt.
consola c/ gav.	CO1	850	470	119
consola c/ gav.	CO3	850	470	194
bloco/estante	BL1	850	470	494
bloco c/ portas	BL2	850	470	494
bloco/arco	BL3	850	470	494
bloco/bar ou escrituário	BL4	850	470	494
bloco c/ porta e gavetas	BL5	850	470	494
bloco/estante	BL6	447	470	644
bloco c/ porta	BL7	447	470	644
bloco c/ porta e gavetas	BL8	447	470	644

mobiliário para habitação produzido por artur campos, lda. - criação de gilberto igolas e eduardo a. dias  
fabrica: rua joão de oliveira magalhães, 38 e 40, tel. 097761/666004, lisboa - loja: rua conde de redondo, 89-C

Figura 4.2 – Linha de mobiliário para habitação OMNIA, planificação de brochura promocional de 1969 (informação cedida por Eduardo Afonso Dias).

DESCRIÇÃO	ref.ª	larg.	prof.	alt.
bloco c/ gav.	BL9	447	470	644
bloco/estante	BL10	850	470	644
bloco c/ portas	BL11	850	470	644
bloco c/ porta e gavetas	BL12	850	470	644
bloco c/ gav.	BL13	850	470	644
bloco c/ gav.	BL14	850	470	494
bloco c/ gav.	BL15	447	470	494
bloco/cama (extensível)	BLC1	850	470	1220
baixo p/ bloco	ba1	850	450	80
ba2	ba2	447	450	80

DESCRIÇÃO	ref.ª	larg.	prof.	alt.
mesa para refeições (extensível)	J1	diâm. 1200	720	500
mesa para refeições (fixa)	J3	diâm. 1200	720	500
mesa para refeições (extensível)	J2	1250	850	720
mesa para refeições (fixa)	J4	1250	850	720
mesa de fumo	MF1	600	600	410
mesa de fumo	MF2	880	600	410
estrado p/ cama de casal	CC1	1930	1430	240
painel de cabeceira	pa1	1430	—	675
painel de pé	pa2	1430	—	418
estrado p/ cama de solteiro	CS1	1930	850	240
painel de cabeceira	pa3	850	—	675
painel de pé	pa4	850	—	418
painel lateral alto	pa5	1930	—	675
painel lateral baixo	pa6	1930	—	418

DESCRIÇÃO	ref.ª	larg.	prof.	alt.
balcão	BE	1915	795	1770
cadeira	C1	470	470	750
cadeira de braços	CB1	470	470	750
banqueta	B1	470	470	440
poltrona	SP1	660	700	620
sofá 3 lugares	SP3	1760	700	620
sofá-cama	SOC	1985	795	550

**ELEMENTOS PARA ESTANTES**

Descrição	ref.ª	comp.	larg.	alt.
ilargues laterais	ILL	380	1950	—
central	IC	380	1950	—
cimais grandes	CM1	850	380	80
pequenas	CM2	447	380	80
arcos grandes	BT	850	380	80
pequenas	B2	447	380	80
prat. grande	pr1	850	380	20
pequena	pr2	447	380	20

DESCRIÇÃO	ref.ª	larg.	prof.	alt.
roupeiro duplo	RO1	890	550	1950
simples	RO2	480	550	1950

Figura 4.3 – Linha de mobiliário para habitação OMNIA, planificação de brochura promocional de 1969 (informação cedida por Eduardo Afonso Dias).

#### 4.2- Linha de candeeiros Tubus

Em 1971 / 72, desenvolve candeeiros de mesa e de parede TUBUS (Figura 4.4) , em tubo cromado e com globo opalino, produzidos por Altecna Lda. e vendido na Galeria Interior de Conceição Silva, tendo como principal mercado Portugal.

Maior parte dos projectos industriais de Eduardo Afonso Dias são acompanhados de uma apresentação gráfica, bem como do desenvolvimento de um logotipo tipográfico (Figura 4.5) para identificação do produto.



Figura 4.4 – Linha de candeeiros TUBUS (fotografias cedidas por Eduardo Afonso Dias).

TUBUS

Figura 4.5 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de candeeiros TUBUS (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias).

#### 4- AS PRIMEIRAS INTERVENÇÕES NUM DESIGN INDUSTRIALIZADO

##### 4.3- Linha de cutelaria OMO

Em 1972, desenvolve um faqueiro para a marca de detergentes OMO (Figura 4.6), fabricado em Portugal na Marfil, Lda. e comercializado em Portugal juntamente com as embalagens do detergente.

*“(...) o célebre faqueiro da OMO, do qual venderam centenas de milhares de peças. Era o chamado “faqueiro popular”, só para o mercado interno” (11).*

Este projecto foi desenvolvido juntamente com um homem do Marketing “Gestor de Produto, José Veloso, sendo essa experiência de trabalho a causa de desenvolvimento da ideia de constituir uma empresa de marketing e design vocacionada para o fomento da exportação de produtos portugueses na área do equipamento doméstico.” (12)



Figura 4.6 – Linha de cutelaria OMO o “faqueiro popular” (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

##### 4.4- Linha de cutelaria Guimarães

Em 1973, desenvolve a linha de cutelaria Guimarães (Figura 4.7), produzido pelo fabricante Marfil, Lda., que teve como principal mercado Portugal e Espanha. Trata-se de uma linha de -



#### 4- AS PRIMEIRAS INTERVENÇÕES NUM DESIGN INDUSTRIALIZADO

senhada para o quotidiano, com um desenho muito objectivo, directo e conciso.



Figura 4.7 – Linha de cutelaria Guimarães (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

##### 4.5- Linha de facas GUME

Na cutelaria doméstica, encontrou na fábrica ICEL, de Benedita “(...) proprietários com mentalidade aberta tão raros ... Entraram a frio o que acabariam por entender a quente, dado o êxito da nossa intervenção. É preciso ver que esta linha GUME (Figura 4.8) de cutelaria teve a observação dos modelos e o teste do protótipo feitos já depois da fabricação dos moldes, que há seis anos custaram nada menos de oitocentos contos. Resultado?

(...) durante cinco anos foi a linha de cutelaria deste tipo que mais vendeu. Vendeu mais de meio milhão de peças e deve chegar às oitocentas mil. A isto eu chamo uma experiência de design possível em larga escala.”

“Os suecos, por exemplo, descascavam as batatas à máquina. Na linha GUME inclui-se uma faca Mediterrânea que obteve largo êxito, vendida acompanhada de um folheto. (...) estiveram presentes as funções de cada lâmina, más também um estudo exaustivo do aproveitamento das chapas em bruto, razão pelo qual a relação preço qualidade foi um grande êxito. Conseguiram-se preços bons, mais altos do que os de extremo-orient, onde os suecos iam tradicionalmente comprar, e com peças de maior qualidade, mais coerentes.” (12)

#### 4- AS PRIMEIRAS INTERVENÇÕES NUM DESIGN INDUSTRIALIZADO

Desenvolvida em 1976, a linha de facas GUME (Figura 4.9) foi comercializado na Suécia (IKEA) e no Canadá (Pier One).

Eduardo Afonso Dias desenha a imagem corporativa da ICEL, Lda. (Figura 4.10), que se mantém até hoje.

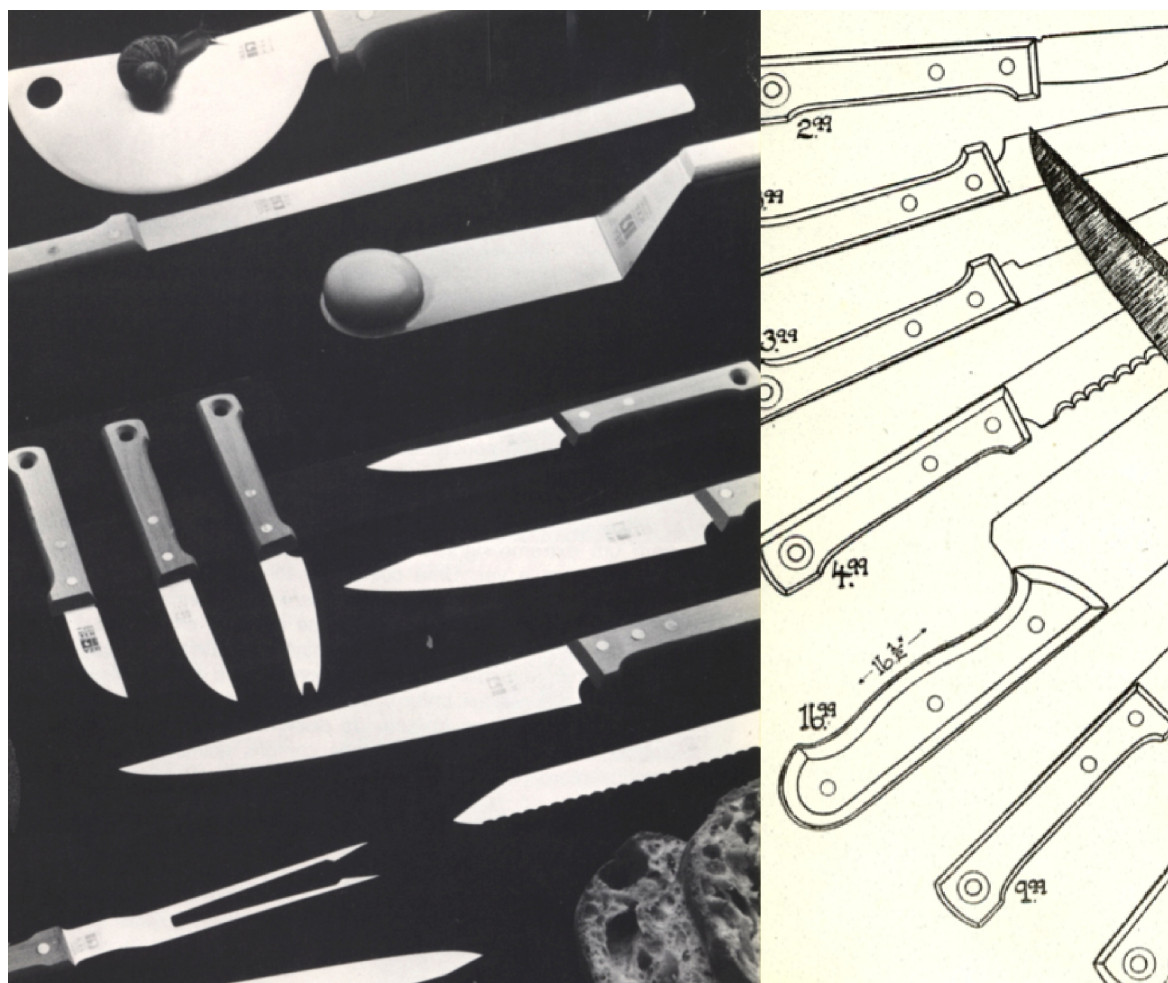


Figura 4.8 – Linha de facas GUME (fotografia e desenho presente em catálogo da Pier One de 1979 para o mercado Canadano cedido por Eduardo Afonso Dias).

**GUME**

Figura 4.9 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de facas GUME (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias).



Figura 4.10 – Logotipo desenvolvido para empresa de cutelaria ICEL, Lda. (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias).



#### 4.6- Linha de vasos Quercus

Desenvolvida em 1976, a linha Quercus (Figura 4.11 e Figura 4.12) é comercializada com o slogan “Cork of Portugal”, trata-se de uma edição de vasos em cortiça de linha directa, sem rodeios onde é aplicado no desenho construtivo o círculo e o hexágono. Este produto afirma-se na identidade do material e na ligação a uma cultura. Fabricado por A. Oliveira, Lda. foi comercializado na Noruega (Johan Thomsen A/S) e nos EUA (Marvin S. Levine Assos.).



Figura 4.11 – Linha de vasos Quercus (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



Figura 4.12 – Linha de vasos Quercus (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

#### 4- AS PRIMEIRAS INTERVENÇÕES NUM DESIGN INDUSTRIALIZADO

##### 4.7- Linha de recipientes Lyrica

Desenvolvida em 1976, a linha Lyrica (Figura 4.13) é uma edição de recipientes com um desenho bastante deplorado, onde se chama a atenção para os elementos de ornamentação gráfica, que encaixam como uma luva no produto. O recipiente em faiança foi fabricado por Safaril, Lda. e o recipiente em metal foi fabricado por Ormis, S.A., foram comercializados na Noruega (Johan Thomsen A/S) e na Inglaterra e Irlanda (Cake & Sons). Eduardo Afonso Dias desenha a imagem corporativa da Safaril, Lda. (Figura 4.14).



Figura 4.13 – Linha de recipientes Lyrica (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



Figura 4.14 – Logotipo desenvolvido para empresa de faiança Safaril, Lda. (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias).

##### 4.8- Linha de recipientes Ping

Desenvolvida em 1976, a linha Ping (Figura 4.15 e Figura 4.16), trata-se de uma edição de recipientes em cortiça fabricados a partir de SNC, com desenho directo e deplorado. Fabricado por SNC, Lda. foi comercializada na Inglaterra (Superfícies Courtier).



#### 4- AS PRIMEIRAS INTERVENÇÕES NUM *DESIGN* INDUSTRIALIZADO



Figura 4.15 – Linha de recipientes Ping (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



Figura 4.16 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de recipientes Ping (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias).

## 5- UNITEAM

Em 1977, Eduardo Afonso Dias torna-se sócio fundador da empresa UNITEAM S.A. uma empresa de exportação, *design* e gestão. Concentra a sua actividade quase exclusivamente no *Design Industrial*, reservando para o *Design* de interiores os poucos momentos livres que a Uniteam oferecia, empresa que em 1982 já movimentava cinco milhões de dólares de transacções.

### 5.1 - “Intermediarismo não-parasita”

Eduardo Afonso Dias, em 1984, explica *“Em Portugal temos à partida um condicionalismo muito grande que é o nosso atraso de mentalidade industrial: cavalheiros da indústria no país são poucos... Assim, a experiência pontual feita nos anos 70 levou-me, levou-nos, a imaginar uma empresa vocacionada para o fomento da exportação de produtos para casa, desde o decorativo ao utilitário, envolvendo a cerâmica, o vidro, a madeira, os metais, a cortiça e mais recentemente os têxteis. Tentámos entrosar o comércio, por um lado, e o design, por outro. Desde o princípio ficou patente no nosso espírito que uma máquina desta ordem teria que funcionar com a produção das fábricas existentes e desenvolver produtos novos, ou para-novos, já que afinal está tudo inventado... Mas, atenção, não somos exportadores: situamo-nos no lugar de intermediária não-parasita.”*

*“Houve casos em que agarrámos em unidades de produção que não escoavam para o estrangeiro, não exportavam, e intervimos nessa orientação fornecendo-lhes o necessário know-how nos vários domínios. A criação de produtos novos foi um deles, mas também as instruímos sobre a mecânica da exportação, a burocracia a percorrer, etc. Estamos duplamente interessados na qualidade dos produtos, o design, o marketing, a produção e a comercialização, e na continuidade, na perenidade dos canais, já que pretendemos criar ligações continuadas com os potenciais compradores” (14).*

A Uniteam visava ainda “combater os intermediários parasitas”, situados entre o produtor e o consumidor, bem como “o plágio das empresas”. O seu *leitmotif* era o de “promover o produto autónomo português” e de “corrigir produções já existentes”, “melhorando-as, racionalizando-as” - o criar uma marca (15).

### 5.2- “Faço o Design possível”

*“A Uniteam (...) lida concretamente com uns vinte por cento de produtos originais, concebidos pela empresa, cabendo nos restantes oitenta por cento um sentido interventor que passa pela observação das produções existentes nas fábricas e pela tentativa da sua regularização, da sua sistematização racionalizando-as para, entre outras coisas aumentar o seu padrão de qualidade.*

*Um Design possível, defende Eduardo Afonso mDias, dado o estado pós-artesanal da indústria portuguesa e a lentidão com que evoluem a mentalidade dos empresários. É preciso ordenar a produção, por vezes caótica, e que não atende regra geral às capacidades tecnológicas das fábricas” (16).*

A componente design perde-se um pouco no meio deste processo todo, por isso que Eduardo Afonso Dias fala de Design possível. “Seria utópica uma intervenção do design acompanhando todo o âmbito comercial” (17).

### **5.3- Projecto Industrial vs Designer**

A personalidade pragmática de Eduardo Afonso Dias diz que o mais importante, no executor de um projecto industrial “é ele saber adaptar o produto à capacidade de produção e saber, também, adaptá-lo às necessidades do mercado, mesmo às perversas” (18).

A Uniteam intervem com força no sentido de as unidades de produção deixarem, de uma vez por todas, de copiar o que viram nos Salões e nas feiras. “Os empresários começaram a verificar que copiar não só não é mais simples como ainda é um rematado logro. Compreendem que é preciso criar novo, criar coisas bem adaptadas às suas possibilidades técnicas” (19).

Eduardo Afonso Dias confessa que as principais dificuldades com que se debatem os designers industriais é o “fraco desenvolvimento industrial não só no aspecto quantitativo, mas sobretudo no aspecto qualitativo. Acrescente-se a isto o nulo, ou quase nulo, conhecimento das verdadeiras funções do design industrial no nosso sistema produtivo” (20).

Considera uma “atitude de design e muito correcta” a sua intervenção no sentido de melhorar um produto já existente (Figura 5.1).

“(…) acautelando evidentemente as intervenções apenas no plano formal, ou seja sem atender a quaisquer outros factores se não os formais. A isto poderemos chamar “styling”. Gostaria já agora, de esclarecer o que penso sobre isto do styling, ou o melhor estilismo, pois que cada vez se nota mais na nossa industria uma tendência para esta prática.

A modificação mais ou menos profunda dos detalhes visuais de um produto, unicamente ditada por factores de moda, conduz o designer industrial a mero instrumento de venda, desvirtuando a concepção de que o seu trabalho deverá propor e desenvolver produtos, determinados por uma pesquisa aprofundada e metódica, levando em linha de conta os aspectos de ordem estética sim, mas também os produtivos, os técnicos, os económicos, etc.

O estilismo conduz invariavelmente a linha de produtos de curta duração, ciclicamente modificados, o que se torna oneroso para os industriais, mesmo que pequenos.” (...) “diria que o melhoramento de um

## 5- UNITEAM

*produto existente envolvendo correcções formais, visando a sua mais adequada e sistemática produção, envolvendo menores custos, técnicos mais adaptados às capacidades do produto, visando corresponder melhor às capacidades do produto, visando corresponder melhor às necessidades do consumidor, sim! Constitui uma intervenção de design industrial.”*

Para Eduardo Afonso Dias, o designer deve em primeiro lugar procurar ser a ponte entre o consumidor e a industrial, “ser como um mediador entre a indústria e o mercado, entre as exigências da produção e as necessidades práticas e culturais do consumidor, pois é ele o responsável pela criação da imagem concreta do produto. Este por sua vez, ao ser usado pelo consumidor provoca relações e estímulos da mais diversa natureza, inclusive culturais, cujas respostas revertem à indústria sob forma do que se costuma chamar “reação do mercado”. Ora o designer industrial tem que ser apto e capaz de apreender e interpretar todo este processo, bem como as constantes alterações e mudanças quer na área industrial quer na área do consumidor” (21).

“O designer de produtos não pode ser considerado como um artista - pelo menos, no sentido tradicional do termo - nem como um técnico especializado, em cuja acção não se inscreve, pelo menos directamente, a responsabilidade pelo destino último - social e cultural - do objecto, em cuja produção participa.

O designer de produtos, como configurador de imagem útil do mundo industrializado deverá ser sim, um mediador qualitativamente habilitado, entre a produção e o consumo, actuando no sentido de alterar, de modo criativo, a linguagem do universo material, da comunidade” (22).

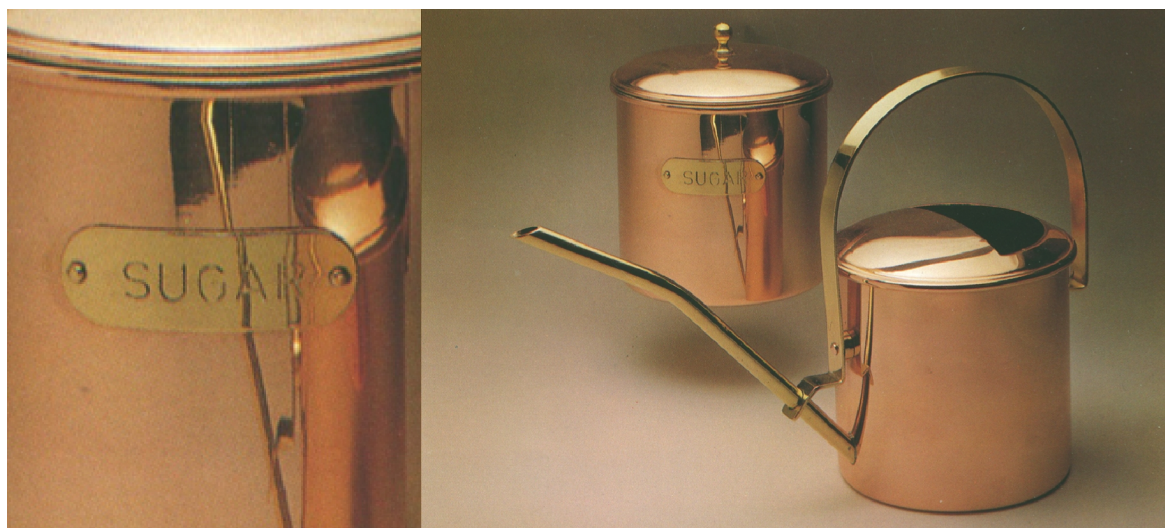


Figura 5.1 – Regador fabricado pela Metalútil, Lda. - aproveitamento de um molde de caixa para açúcar existente (23).

#### 5.4- A Indústria vs Mercado

Perante as solicitações cada vez maiores de um mercado progressivamente mais exigente, a formação de novos profissionais e o desenvolvimento da indústria devem andar a par e passo. Para Eduardo Afonso Dias *“Os fabricantes nacionais, na sua maioria, ouviram já falar de design. Preocupam-se porque se fala muito nisso e eles não querem perder o comboio. Mas é uma atitude periférica. Contam-se pelos dedos os industriais em Portugal que têm um programa de desenvolvimento para a sua indústria, incluindo, concreta e honestamente, a preocupação com o design. Isso reflecte-se depois em produtos descaracterizados, de qualidade duvidosa.(...) Seria importante, por parte de quem administra os estudos, fazer mais do que um ensino académico sobre materias herméticas e teóricas, que têm o seu interesse, com certeza, talvez abordadas de outra maneira; mas seria importante uma prática muito maior no terreno. E, sobretudo, tendo por base que o design português tem tudo a ver com cultura e com aquilo que essa cultura tem de representar na expressão do produto.”*

Design é inovação, é risco, é necessariamente, imaginação, criatividade. Mas é preciso um espaço para tudo isso. Um mercado.

*“Os clientes estrangeiros que nos procuram pretendem fundamentalmente produto barato, pequenas séries que não conseguem já encontrar nos seus países porque as unidades de produção já não as têm. Não só os produtos são mais caros, como têm linhas de produção com modelos estabilizados por épocas e não permitem, de facto, a exigência de modelos do próprio cliente que, normalmente não são feitos por designers mas por gente das vendas com jeito para o desenho e umas ideias. E aqui, os nossos fabricantes e, por vezes, até nós, passamos a limpo e procuramos corrigir os erros que esses esboços de produto contêm. Na forma apenas. São puros exercícios de estilo: tira o pé redondo e põe o pé quadrado; põe uma asa aqui, põe uma asa ali: faz uma decoração assim, faz uma decoração assado” (24).*

Contudo, *“o desenvolvimento da indústria, ou o seu atraso, impõe-se como uma forte condicionante. E as empresas não parecem muito empenhadas em apostar na inovação. É sempre mais fácil optar pela importação: exige um investimento muito menor, é mais imediata, e até, na grande maioria dos casos, mais fácil de vender junto ao público” (25).*

#### 5.5 - O Fabrico vs Distribuição

A empresa Uniteam posiciona-se entre o fabrico e a distribuição, criando a logística necessária entre ambos, institui uma cultura do “bom” nas empresas em que estabelecia parceria, desenvolvendo uma política de influência para que fosse produzido o *design* de novos produtos

ou configura de outra forma os já produzidos, procurando a viabilidade produtiva e comercial para cada produto.

A intervenção da Uniteam não era decisiva mas apontava caminhos, a oportunidade e a análise são papéis fundamentais para compreender as capacidades de consumo dentro e fora de Portugal. A Unitem compreende a capacidade e a vantagem da aplicação do *design* em produtos transaccionáveis respondendo a nichos de mercado.

Desta forma foi feita a ponte entre a fabricação do produto e a distribuição do mesmo para pontos de venda já programados e seguindo regras contratuais para que quando estes produtos saíssem dos pontos de fabrico tivessem já pontos definidos de venda (Figura 5.2).

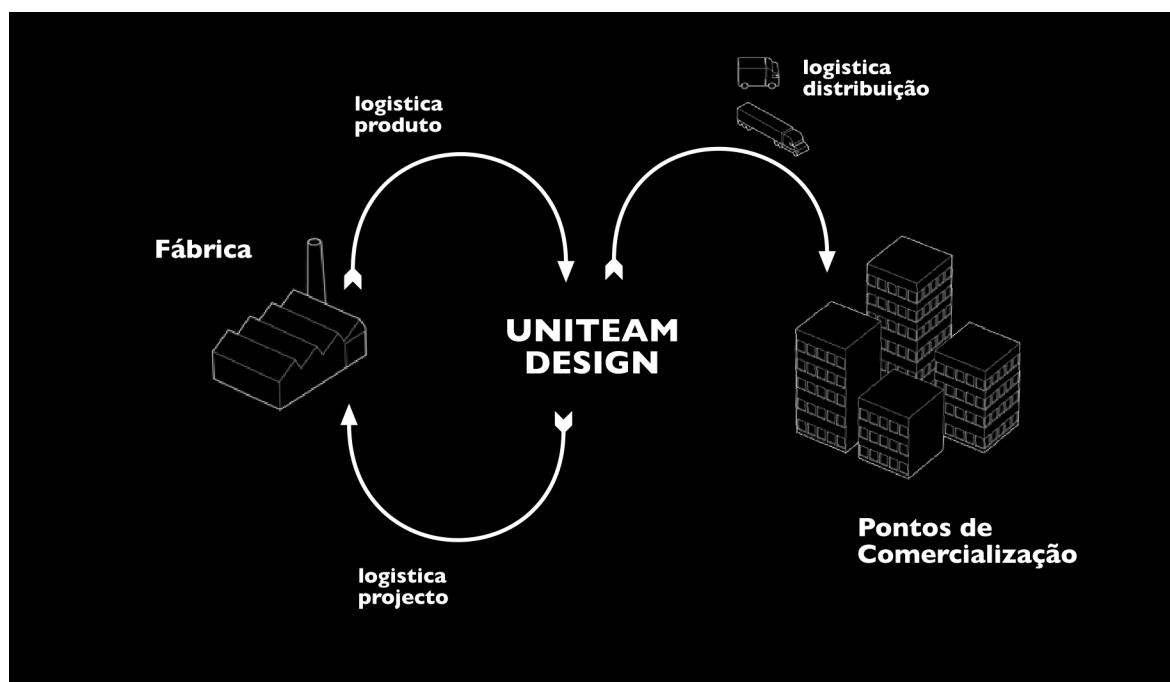


Figura 5.2 – Esquema de funcionamento da empresa UNITEAM S.A.



Figura 5.3 – Logotipo desenvolvido para empresa UNITEAM S.A. (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias).



## 5.6- Produtos desenvolvidos na UNITEAM

### 5.6.1 - Linha de tabuleiros LIZA

Editada em 1977, a linha LIZA (Figura 5.4) trata-se de uma edição de tabuleiros em madeira e metal, fabricados pela Intercoop, CRL., foi comercializada na Suécia (B&W A/S), na Inglaterra (Noritake Ltd) e na Alemanha (M+O Boehringer AB).

Re-editada em 2000 (Figura 5.5 e Figura 5.6), fabricada pela Metalútil, Lda., foi comercializada nos Estados Unidos da América (Crate & Barrel).



Figura 5.4 e Figura 5.5 – Linha de tabuleiros LIZA (fotografias cedidas por Eduardo Afonso Dias).

**LIZA**

Figura 5.6 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de tabuleiros LIZA (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias)

## 5- UNITEAM

### 5.6.2- Linha de tabuleiros PLATO

Editada em 1977, a linha PLATO (Figura 5.7 e Figura 5.8) trata-se de uma edição de tábuas em madeira, fabricadas pela Sousa Braga, Lda., tendo sido comercializada em Portugal (Intério, S.A.), na Espanha (Alambique, S.A.) e na Dinamarca (Hemogram Broager A/S).



Figura 5.7 – Linha de tábuas PLATO (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



Figura 5.8 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de tábuas PLATO (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias)

### 5.6.3- Linha de vasos FLORA

Editada em 1977, a linha FLORA (Figura 5.9) é uma edição de vasos em latão, fabricados pela U.I.C. Lda. que foi comercializada nos Estados Unidos da América (Teleflora Products).





Figura 5.9 – Linha de vasos FLORA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

#### 5.6.4- Linha de utensílios de cozinha OPTA

Editada em 1977, a linha OPTA (Figura 5.10 e Figura 5.11) consiste numa edição de recipientes em madeira, fabricados pela Silva e Gonçalves Lda., e comercializada na Suécia (B&W A/S), na Inglaterra (Panduro Hobby Ltd) e na Finlândia (Jumaco OY).



Figura 5.10 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de recipientes OPTA (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias)

## 5- UNITEAM



Figura 5.11 – Linha de recipientes OPTA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.5- Linha de copos AQUA

Editada em 1977, a linha AQUA (Figura 5.12) trata-se de uma edição de copos em vidro, fabricados pela Crisal, S.A., e comercializada em Portugal (Torralta) e na Espanha (Alambique, S.A.).



Figura 5.12 – Linha de copos AQUA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.6- Linha de panelas, xícaras e recipientes **COOK TIME**

Editada em 1977, a linha COOKTIME (Figura 5.13) trata-se de uma edição de panelas fabricadas pela Metalútil, Lda., que foi comercializada na Alemanha (Classic AB), na Suécia (Krögarhuset AB), na Dinamarca (CNB A/S) e na Holanda (CHR. Walner Koperwaren BV).

Em 1985, foi lançada uma edição especial de panela (Figura 5.14) fabricada pela Metalútil, Lda., e comercializada na Alemanha (Classic AB) e na Suécia (Globus A/S).

Em 1988, foi lançada uma edição xícaras (Figura 5.15) fabricada pela Metalútil, Lda., e comercializada na Alemanha (Classic AB) e na Suécia (Globus A/S).

Em 1988, foi lançada uma edição recipientes (Figura 5.16) fabricada pela Metalútil, Lda., e foi comercializada na Alemanha (Classic AB), na Inglaterra (Marks and Spencer) e nos Estados Unidos da América (Crate & Barrel).



Figura 5.13 – Linha de panelas COOK TIME (fotografia e figura presentes em catálogo promocional de 1978 para o mercado alemão, informação cedida por Eduardo Afonso Dias).



## 5- UNITEAM



5.14 – Linha especial de panela COOK TIME (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



Figura 5.15 e Figura 5.16 – Linha de bule e de recipientes COOK TIME (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.7- Linha de recipientes MIGRA

Editada em 1977, a linha MIGRA (Figura 5.17 e Figura 5.18) trata-se de uma edição de recipientes em grês fabricados pela Grêsminho, Lda. e Eurogrês, Lda., que foi comercializada na Finlândia (Avente OY) e na Suíça (ABM, Ltd.).



Figura 5.17 – Linha de recipientes MIGRA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

**migra**

Figura 5.18 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de recipientes MIGRA (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias)

### 5.6.8- Linha de recipientes RONDA

Editada em 1978, a linha RONDA (Figura 5.19 e Figura 5.20) trata-se de uma edição de recipientes fabricados pela Camex, Lda., que foi comercializada na Finlândia (Avente OY), nos EUA (Crate&Barrel).

## 5- UNITEAM



Figura 5.19 – Linha de recipientes RONDA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

ronda

Figura 5.20 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de recipientes RONDA (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias)

### 5.6.9- Linha de vasos CRESUS

Editada em 1978, a linha CRESUS (Figura 5.21 e Figura 5.22) trata-se de uma edição de vasos fabricados pela Safaril, Lda., que foi comercializada na Alemanha (Classic AB), na França (Pier Import).

CRESUS

Figura 5.21 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de vasos CRESUS (imagens cedidas por Eduardo Afonso Dias)





Figura 5.22 – Linha de vasos CRESUS (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

#### **5.6.10- Linha de vasos LARA**

Editada em 1978, a linha LARA (Figura 5.23) trata-se de uma edição de vasos fabricados pela Safaril, Lda., que foi comercializado na Alemanha, no Canadá e na Escandinávia (IKEA).



Figura 5.23 – Linha de vasos LARA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.11 - Linha de facas CT line

Editada em 1978, a CT liner (Figura 5.24) trata-se de um faqueiro fabricado pela ICEL, Lda., que foi comercializado na Inglaterra e Irlanda (Courtier Comp. Ltd).



Figura 5.24 – Faqueiro CT line (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.12- Linha de facas KR line

Editada em 1979, a KR line (Figura 5.25) trata-se de uma faqueiro fabricado pela ICEL, Lda., que foi comercializado na Suécia (Krögarhuset AB) e em Portugal (coleção ICEL Michel dc).



Figura 5.25 – Faqueiro KR line (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



### 5.6.13- Linha de utensílios de cozinha CHEF

Editada em 1980, a KR liner (Figura 5.26) trata-se de uma edição de utensílios de cozinha fabricada por Silva e Gonçalves, Lda., que foi comercializada na Finlândia (Jumaco OY) e na Inglaterra (T&G Woodware Ltd).



Figura 5.26 – Linha de utensílios de cozinha CHEF (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.14- Linha de recipientes RUSTIKA

Editada em 1980, a linha Rustika (Figura 5.27) trata-se de uma edição de vasos fabricados pela Dante e Comp<sup>a</sup>, Lda., foi comercializada na Suécia (IKEA).



Figura 5.27 – Linha de vasos Rusticka (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

## 5- UNITEAM

### 5.6.15- Linha de cutelaria TAVOLA e TAVOLA abs

Editada em 1980, a Tavola line (Figura 5.28) trata-se de uma linha de cutelaria fabricada pela ICEL, Lda., que foi comercializada na Suécia (IKEA).



Figura 5.28 – Linha de cutelaria Tavola line (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

Em 1984, é editada a Tavola ABS (Figura 5.29) trata-se de uma linha de cutelaria fabricada pela ICEL, Lda., que foi comercializada em Portugal ( Hipermercado Continente).



Figura 5.29 – Linha de cutelaria Tavola ABS (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



### 5.6.16- Linha de recipientes **TERRA I**

Editada em 1981, a linha Terra I (Figura 5.30) trata-se de uma edição de recipientes fabricados pela Dante e Comp<sup>a</sup>, Lda. e comercializados na Escandinávia e Canadá (IKEA).



Figura 5.30 – Linha de recipientes Terra I (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.17- Linha de cutelaria **MIGNON**

Editada em 1982, a Mignon line (Figura 5.31) trata-se de uma linha de cutelaria fabricada pela ICEL, Lda., que foi comercializada na França (Pier Import) e em Portugal (Modelo e Pão d'Açúcar).



Figura 5.31 – Linha de cutelaria Mignon line (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.18- Linha de facas SHEPARD

Editada em 1983, a linha SHEPARD (Figura 5.32) trata-se de um faqueiro fabricado pela ICEL, Lda., que foi comercializado na Alemanha (Kauphgüt AB), no Canadá (N.C. Cameron & Sons, Ltd) e na Suécia (A/S Daells Varehus).



Figura 5.32 – Faqueiro SHEPARD (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.20- Linha de frascos ANIKKA

Editada em 1983, a linha Anikka (Figura 5.33) trata-se de uma edição de frascos fabricados pela Pousos S.A., que foi comercializada na Dinamarca (Rebild A/S) e na Suécia (DUKA A/S).



Figura 5.33 – Linha de frascos ANIKKA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



#### **5.6.21- Linha de suporte velas e lamparinas ALADINO**

Editada em 1983, a linha Aladino (Figura 5.34) trata-se de uma edição de suporte velas e lamparinas fabricados pela Metalútil, Lda., que foi comercializada na Dinamarca (Tilbords AB).



Figura 5.34 – Linha de suporte velas e lamparinas ALADINO (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

#### **5.6.22- Linha de de recipientes BLOK**

Editada em 1985, a linha BLOK (Figura 5.35) trata-se de uma edição de recipientes fabricados pela AR António Rosa, Lda., que foi comercializada na Inglaterra (British Home Stores Ltd.) e na Suécia (DUKA A/S).



Figura 5.35 – Linha de recipientes BLOK (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

## 5- UNITEAM

### 5.6.23- Linha de utilitários de cozinha BICOR

Editada em 1985, a linha BICOR (Figura 5.36) trata-se de uma edição de utilitários de cozinha fabricados pela Arbotécnica, Lda., que foi comercializada na Inglaterra (British Home Stores Ltd.) e na Finlândia (Keskusosuusliike OTK).



Figura 5.36 – Linha de utilitários de cozinha BICOR (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.24- Linha de facas COUNTRY

Editada em 1985, a linha COUNTRY (Figura 5.37) trata-se de um faqueiro fabricado pela ICEL, Lda., que foi comercializado na França (Pier Import), na Dinamarca (Ancher Iversen aps) e na Suíça (Euroteam).



Figura 5.37 – Faqueiro COUNTRY (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.25- Linha de chaleira TEASET

Editada em 1985, a linha TEASET (Figura 5.38) trata-se de uma edição de chaleira fabricada pela Eurogrês, Lda., que foi comercializada na Suíça (DUKA A/S) e na Inglaterra (Nordscan, Ltd).



Figura 5.38 – Linha de chaleira TEASET (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.26- Linha de recipientes ALMAS

Editada em 1986, a linha ALMAS (Figura 5.39) trata-se de uma edição de recipientes fabricada pela Cerâmica da Borralheira, Lda., que foi comercializada na Escandinávia (IKEA) e na Alemanha (Classic AB).



Figura 5.39 – Linha de recipientes ALMAS (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



## 5- UNITEAM

### 5.6.27- Linha de facas BILLE

Editada em 1986, a linha BILLE (Figura 5.40) trata-se de um faqueiro fabricado pela ICEL, Lda., que foi comercializado na Alemanha (Dörre AB) e na Bélgica (R.H. Macy & C<sup>a</sup> Inc.).



Figura 5.40 – Faqueiro BILLE (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.28- Linha de tábuas GOURMET

Editada em 1986, a linha GOURMET (Figura 5.41) trata-se de uma edição de tábuas fabricada pela Matra, Lda., que foi comercializada em Portugal (Intério, S.A.) e na Inglaterra (T&G Woodware, Ltd.).



Figura 5.41 – Linha de tábuas GOURMET (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



### 5.6.29- Linha de fogareiro FLAMA

Editada em 1986, a linha FLAMA (Figura 5.42) trata-se de uma edição de fogareiro fabricada pela Metalútil, Lda., que foi comercializada no Canadá (N. C. Cameron & Sons, Ltd) e nos Estados Unidos da América (Rube I& Co.).

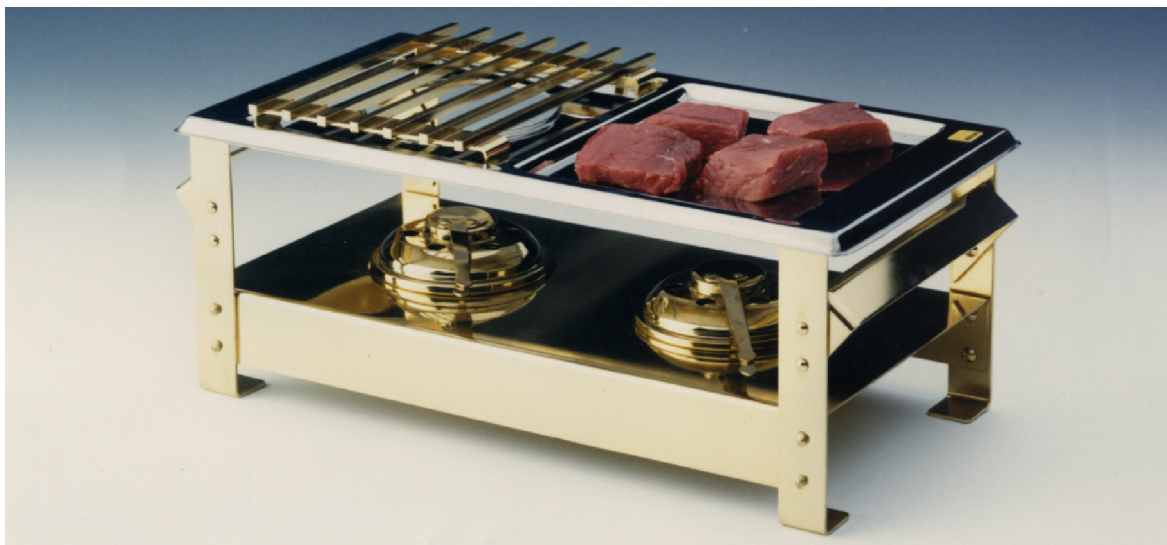


Figura 5.42 – Linha de fogareiro FLAMA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.30- Linha de utensílios de jardinagem JARDIM

Editada em 1988, a linha JARDIM (Figura 5.43 e Figura 5.44) trata-se de uma edição de utensílios de jardinagem fabricada pela ICEL, Lda., que foi comercializada nos Estados Unidos da América (Teleflora) e no Canadá (Pier One).



Figura 5.43 – Linha de utensílios de jardinagem JARDIM (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

## 5- UNITEAM

**JARDIM** *line*

Figura 5.44 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de utensílios de jardinagem JARDIM (imagem cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.31 - Linha de facas MICHEL dc

Editada em 1988, a linha MICHEL dc (Figura 5.45 e 5.46) trata-se de uma edição de faqueiro profissional fabricada pela ICEL, Lda., que foi comercializada em Portugal.



Figura 5.45 – Faqueiro MICHEL dc (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



Figura 5.46 – Logotipo desenvolvido para linha de utensílios de jardinagem JARDIM (imagem cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.32- Linha de sofás RITZ

Editada em 1989, a linha RITZ (Figura 5.47) trata-se de uma edição de sofás fabricada pela House, Lda., que foi comercializada em Portugal (Intério, S.A) e na Espanha (Alambique, S.A.).



Figura 5.47 – Linha de sofás RITZ (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.6.32- Linha de mobiliário ARCÁDIA

Editada em 1990, a linha ARCÁDIA (Figura 5.48) trata-se de uma edição de mobiliário fabricada pela FAGO, Lda., que foi comercializada em Portugal (Intério, S.A).



## 5- UNITEAM



Figura 5.48 – Linha de mobiliário ARCÁDIA (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.7- A Surpresa dos plásticos

#### 5.7.1- Linha de recipientes, chávenas, guarda talheres PROGRESS

Editada em 1990, a linha PROGRESS (Figura 5.49, Figura 5.50, Figura 5.51, Figura 5.52 e Figura 5.53) trata-se de uma edição de recipientes, chávenas, guarda talheres em plástico, fabricados pela Romão e Rosa, Lda., que foi comercializada em Portugal (Grupo Auchan) e em Itália (Rinascente).



Figura 5.49 – Linha de produtos PROGRESS (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



Figura 5.50 e Figura 5.51 – Recipientes para produtos de mesa e recipientes para arrumação, linha PROGRESS (fotografias cedidas por Eduardo Afonso Dias).



## 5- UNITEAM



Figura 5.52 e Figura 5.53 – Chávenas e guarda talheres, linha PROGRESS (fotografias cedidas por Eduardo Afonso Dias).

### 5.7.2- Linha de baldes UNI

Editada em 1991, a linha UNI (Figura 5.54) trata-se de uma edição de baldes em plástico fabricados pela Romão e Rosa, Lda., que foi comercializada em Portugal (Grupo Auchan) e em Angola (Loja do Povo).



Figura 5.54 – Linha de baldes UNI (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.7.3- Linha de chávenas COMBI

Editada em 1992, a linha COMBI (Figura 5.55 e Figura 5.56) trata-se de uma edição de copos fabricados pela Romão e Rosa, Lda., que foi comercializada em Portugal (Grupo Auchan) e em Espanha (Alambique, S.A.).



Figura 5.55 – Linha de chávenas COMBI (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

**COMBI**

Figura 5.56 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de copos COMBI (imagem cedida por Eduardo Afonso Dias).

### 5.7.4- Linha de bandejas, colheres e chávenas MAGIC

Editada em 1992, a linha MAGIC (Figura 5.57, Figura 5.58, Figura 5.59 e Figura 5.60) trata-se de uma edição de bandejas, colheres e chávenas em plástico fabricados pela Faplana, Lda., que foi comercializada em França (Pier Import e Camel Diffusion), em Espanha (Alambique, S.A.) e na Finlândia (Avente OY) .

## 5- UNITEAM



Figura 5.57 – Linha de bandejas MAGIC (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).

***magic***

Figura 5.58 – Logotipo tipográfico desenvolvido para linha de bandejas MAGIC (imagem cedida por Eduardo Afonso Dias).



EDUARDO MANUEL MARTINEZ AFONSO DIAS, PORTUGAL / PORTUGAL  
MAGIC LINE / MAGIC LINE

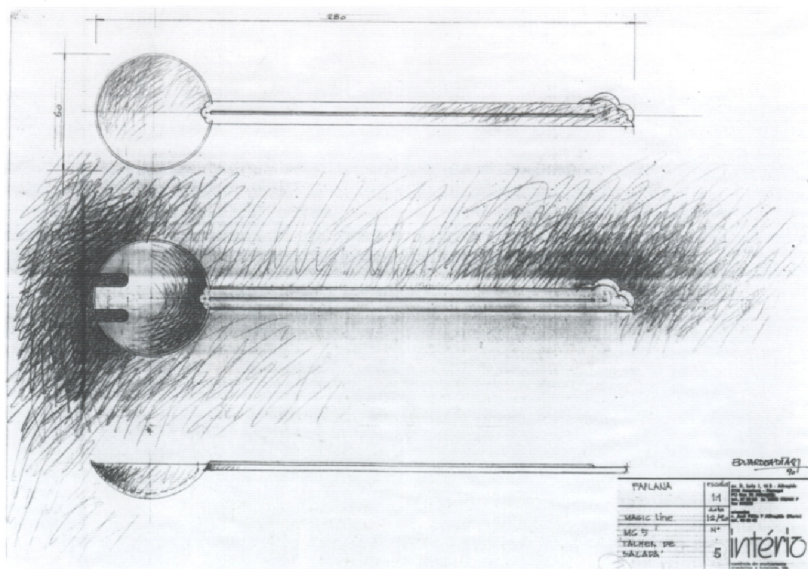


Figura 5.59 – Desenho de colher desenvolvido para linha de produtos MAGIC (imagem cedida por Eduardo Afonso Dias).

MAGIC LINE / MAGIC LINE

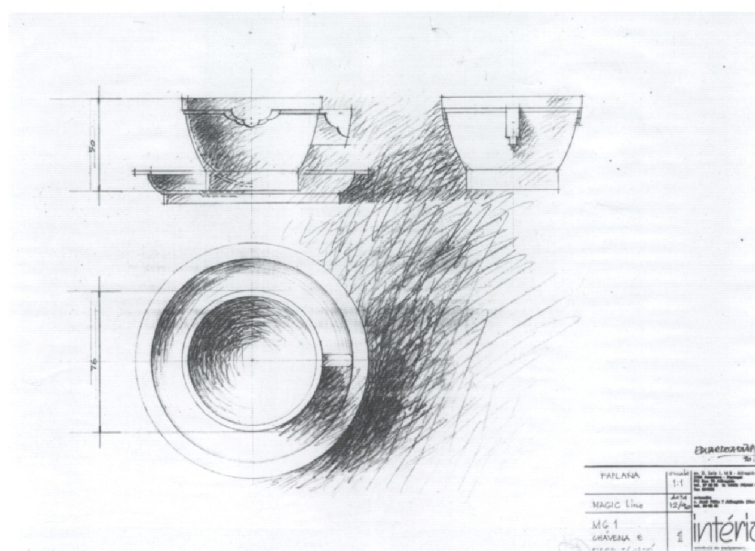


Figura 5.60 – Desenho de chávena desenvolvido para linha de produtos MAGIC (imagem cedida por Eduardo Afonso Dias).

## 5- UNITEAM

### 5.8- Intério

A necessidade de apresentar os seus produtos faz com que em 1984 a Uniteam crie o seu primeiro showroom em Alfragide – Lisboa (Figura 5.61).

Posteriormente em 1986 é criada a empresa Intério (Figura 5.62) com o surgimento da loja na Rua Garret em Lisboa. No mesmo ano é criada a loja no Centro Comercial Fonte Nova em Lisboa (Figura 5.63). Em 1987 é criada a loja no Centro Comercial Amoreiras também em Lisboa.

Em 1990 é aberta a quarta loja com o nome Intério na Praça Príncipe Real em Lisboa (Figura 5.64), e a quinta loja da empresa é criada no Porto na Avenida de Boavista.



Figura 5.61 – Showroom de Alfragide – Lisboa, Uniteam S.A. (fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias).



Figura 5.62 – Logotipo desenvolvido para as lojas Intério S.A. (imagem cedida por Eduardo Afonso Dias).





Figura 5.63 – Showroom Centro Comercial Fonte Nova – Lisboa, Intério (1986), fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias.



Figura 5.64 – Showroom Praça Príncipe Real – Lisboa, Intério (1990), fotografia cedida por Eduardo Afonso Dias.

## 6- UNIFORMA

### 6- UNIFORMA

Em 1993 Eduardo Afonso Dias sai com outro dos sócios da Uniteam, S.A.. Juntos, criaram a Uniforma - DTC (Design e tecnologia Comercial Lda). Trata-se de um gabinete de projecto na área dos Interiores fixos (Arquitectura de Interiores de grande espaços) “design” industrial, estudos de viabilidade comercial e edição de produtos desde o mobiliário e o objecto utilitário (Figura 6.1).



Figura 6.1 – Logotipo desenvolvido para a empresa Uniforma (imagem cedida por Eduardo Afonso Dias).

Ao longo do período de vigência da empresa, Eduardo Afonso Dias desenvolveu projectos de interior e equipamento de clínicas, escritórios e hotéis.

- Hotel Ocean Park, projecto 60 Suites (Figura 6.2, Figura 6.3 e Figura 6.4).
- Pousada de Arraiolos, projecto concurso (Figura 6.5, Figura 6.6, Figura 6.7 e Figura 6.8).
- Hotel do Novo Século, projecto conceito (Figura 6.9, Figura 6.10, Figura 6.11 e Figura 6.12).

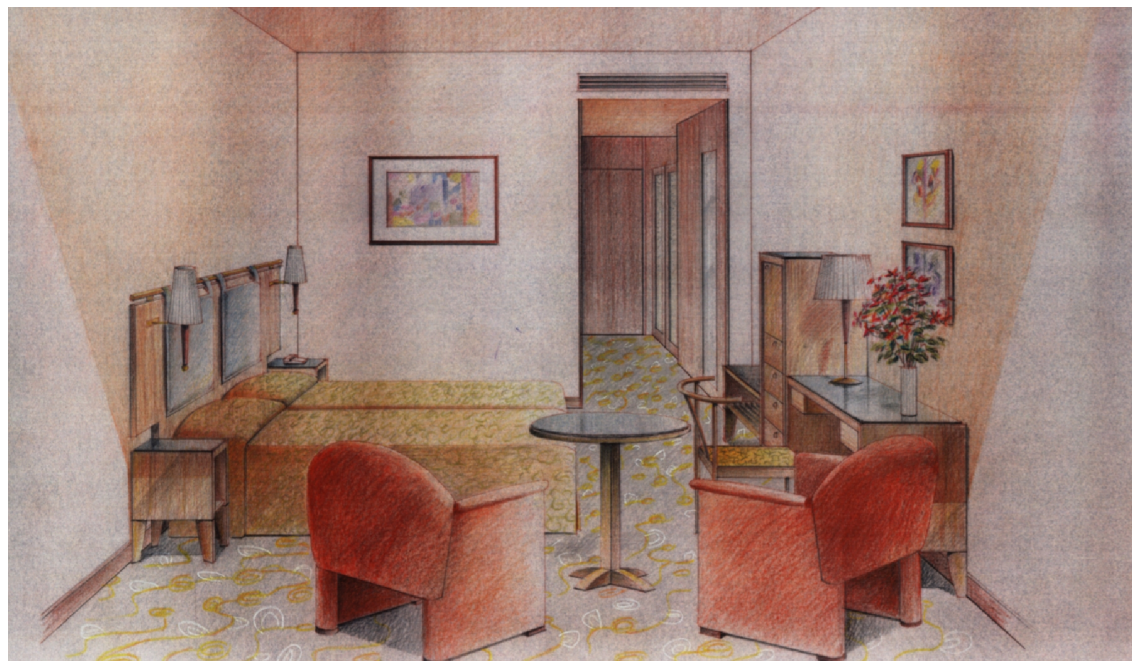


Figura 6.2 – Quarto Hotel Ocean Park (1998/99) – Funchal, Portugal (desenho cedido por Eduardo Afonso Dias).



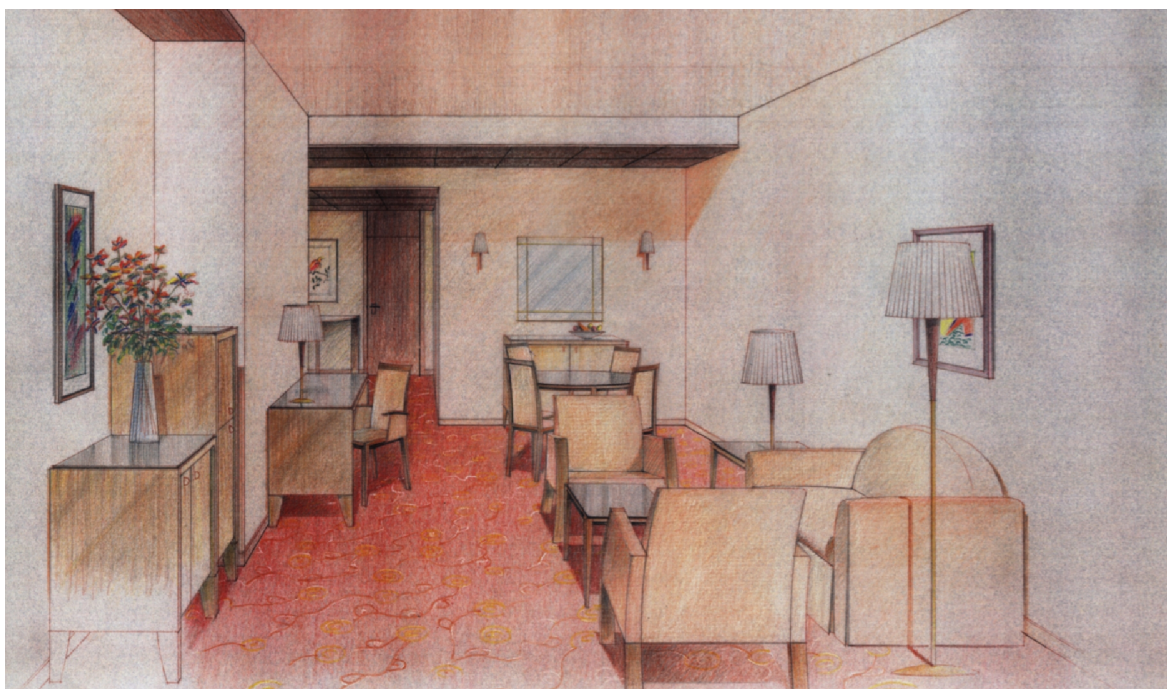


Figura 6.3 – Suite Hotel Ocean Park (1998/99) – Funchal, Portugal (desenho cedido por Eduardo Afonso Dias).



Figura 6.4 – Pomba, Poltrona com origem em projecto Hotel Ocean Park (1998/99), produto comercializado pela Julcar Mobiliário Integrado (2010).

## 6- UNIFORMA

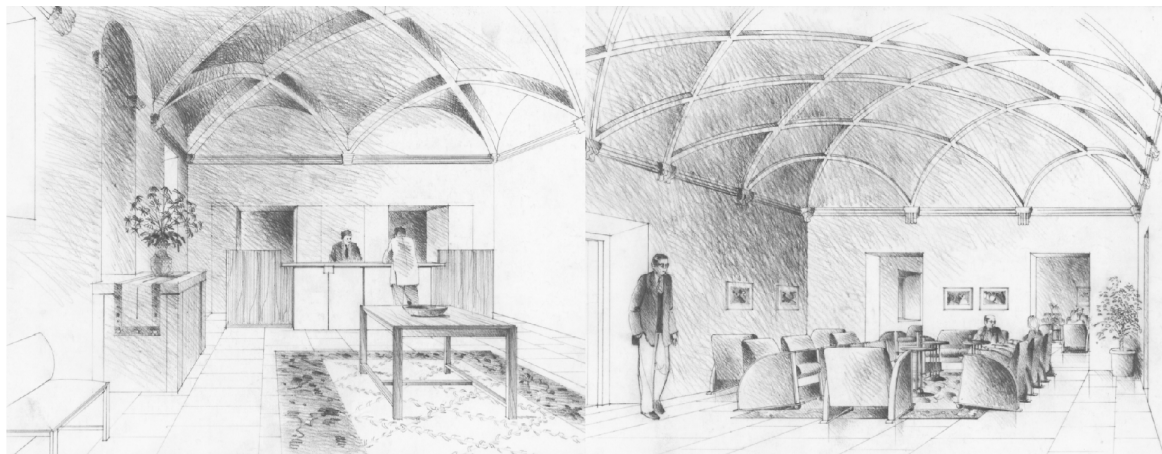


Figura 6.5 – Concurso não premiado, hall de entrada e sala de espera para Pousada de Arraiolos (2000) – Arraiolos, Portugal (desenhos cedidos por Eduardo Afonso Dias).

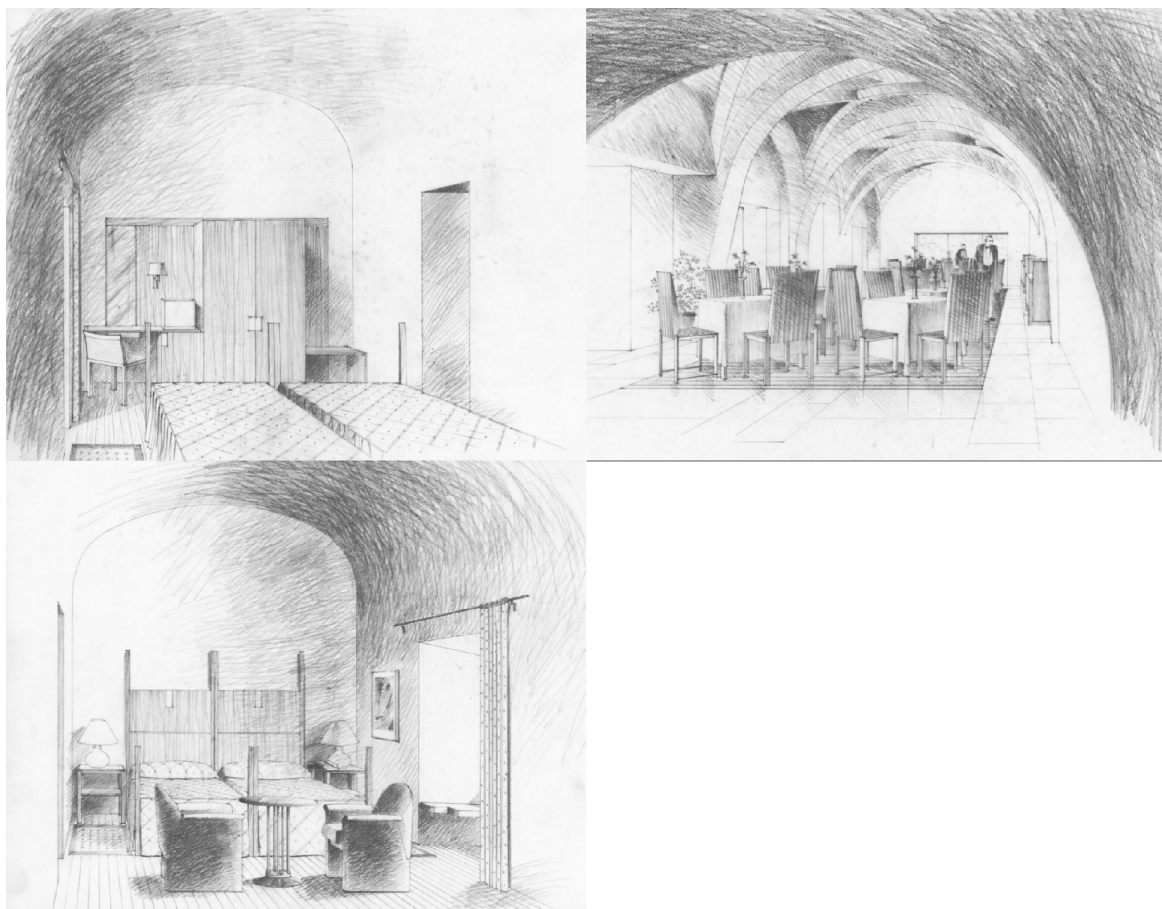


Figura 6.6 – Concurso não premiado, quarto e salão de jantar para Pousada de Arraiolos (2000) – Arraiolos, Portugal (desenhos cedidos por Eduardo Afonso Dias).



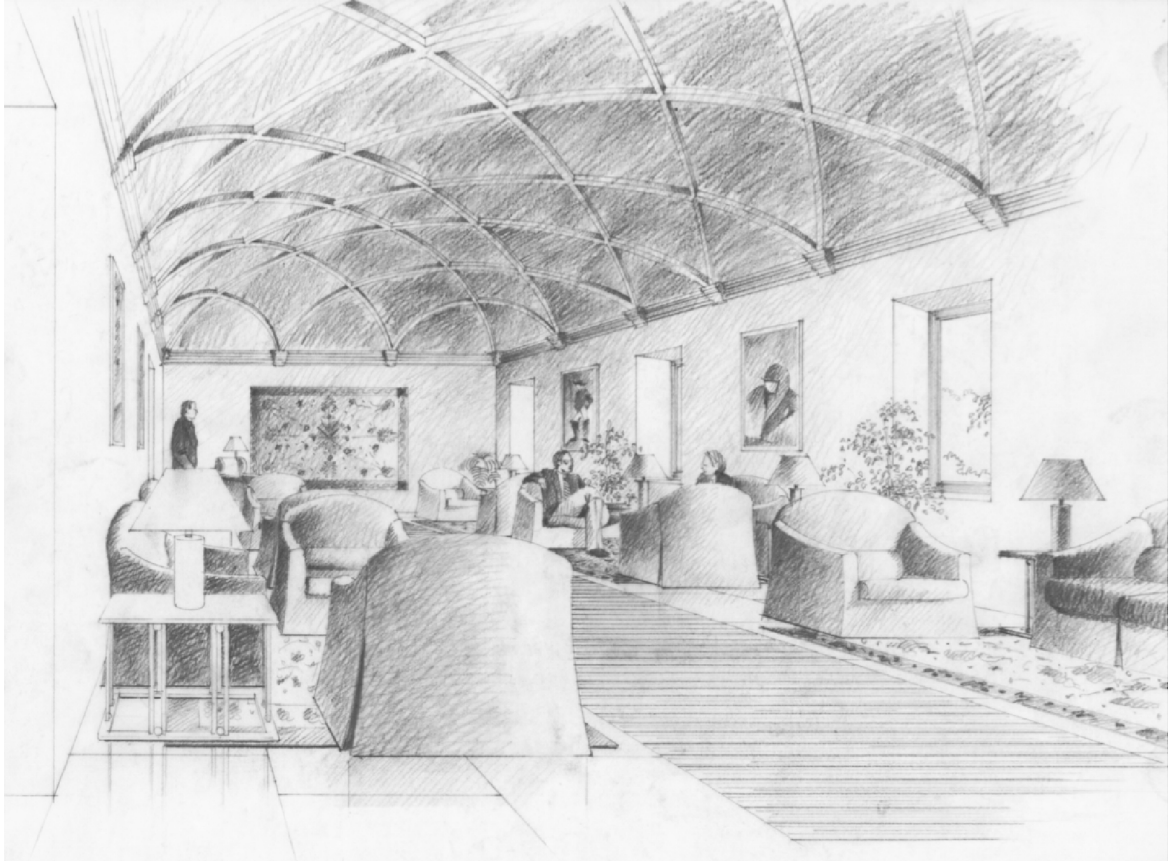


Figura 6.7 – Concurso não premiado, sala de espera para Pousada de Arraiolos (2000) – Arraiolos, Portugal (desenhos cedidos por Eduardo Afonso Dias).

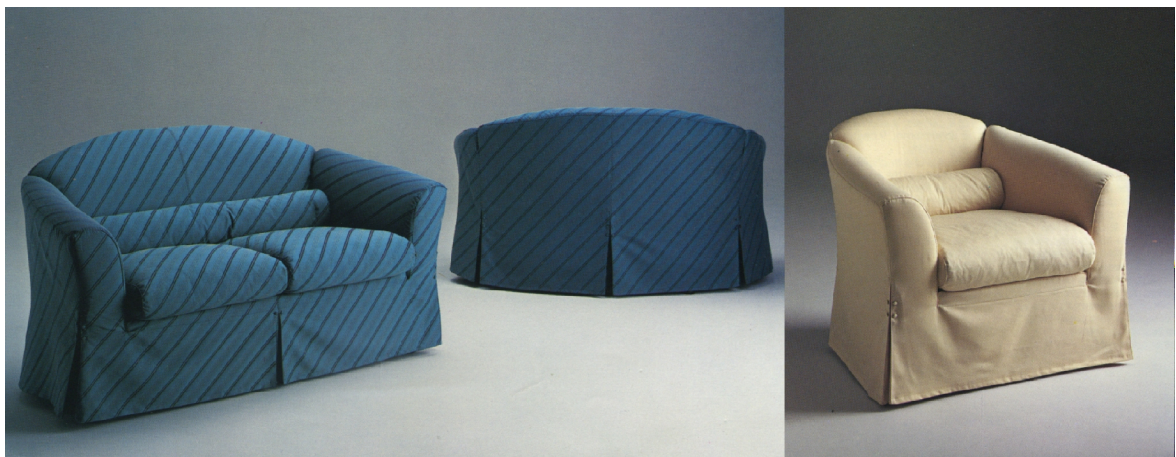


Figura 6.8 – Linha de sofás com origem em projecto de sala de espera para Pousada de Arraiolos (2000), fabricado pela House, Lda. e comercializado pela Intério, S.A. e pela Contracting, Lda em Portugal, e pela Alambique S.A. na Espanha (fotografias cedidos por Eduardo Afonso Dias).

## 6- UNIFORMA



Figura 6.9 – Conceito (2001) para quarto de Hotel o Novo Século, Portugal (desenho cedido por Eduardo Afonso Dias).

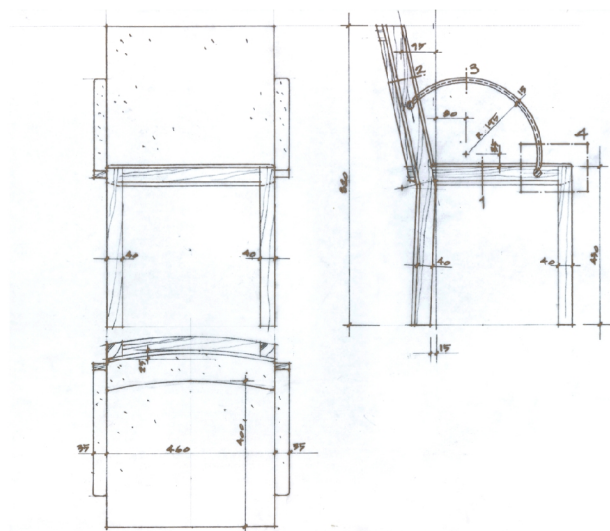


Figura 6.10 – Projecto de cadeira para o conceito (2001) do quarto de Hotel o Novo Século, Portugal (desenho cedido por Eduardo Afonso Dias).

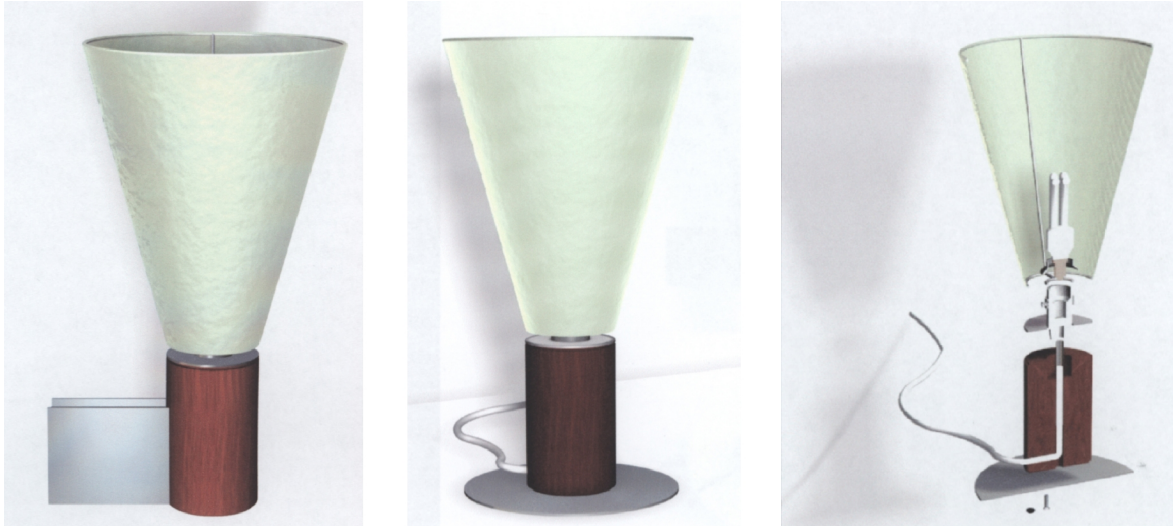


Figura 6.11 – Cadeeiros aplicado no conceito (2001) para quarto de Hotel o Novo Século, Portugal, fabricado pela Megarim, S.A., é uma série de iluminárias para hotelaria (imagens cedidos por Eduardo Afonso Dias).

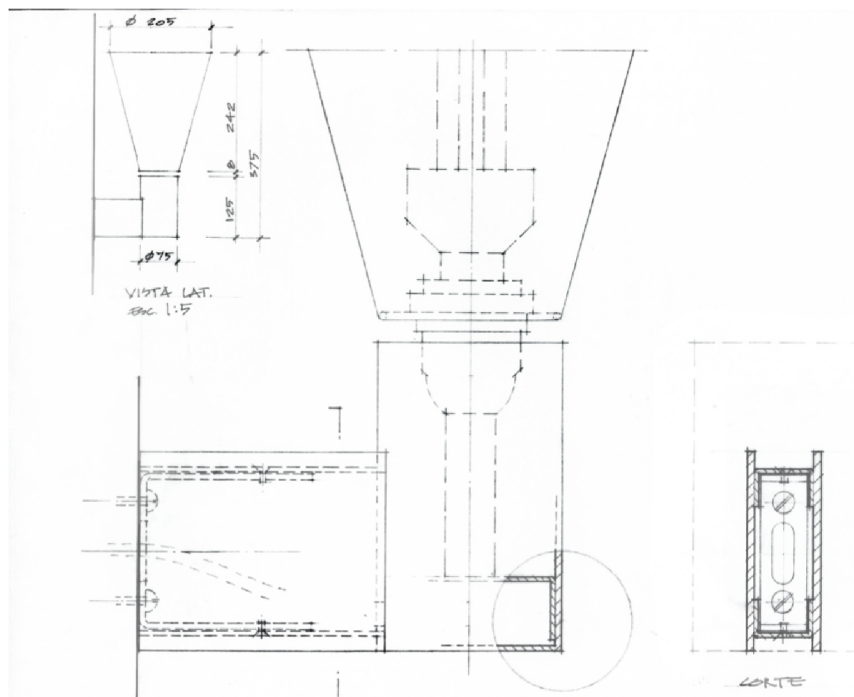


Figura 6.12 – Projecto de cadeiros de parede aplicado no conceito (2001) para quarto de Hotel o Novo Século, fabricado pela Megarim, S.A., é uma série de iluminárias para hotelaria (desenhos cedidos por Eduardo Afonso Dias).



## 7- PRÉMIOS DE DESIGN

### 7- PRÉMIOS DE DESIGN

Ao longo da sua carreira profissional Eduardo Afonso Dias foi distinguido por diversos prémios e menções.

#### 7.1- Grande Prémio da 1ª Bienal de Design Industrial 1983

A Bienal de Design de 1983 deu Grande Prémio de Design Industrial a Eduardo Afonso Dias, uma iniciativa do Ministério da Cultura e da Industrial.

Este prémio é fruto de seis anos de dedicação a empresa Uniteam S.A. e ao processo metódico de intervenção do design, num período onde foi possível desenvolver mais de quatrocentos produtos originais.

Foi o reconhecimento de um trabalho que Eduardo Afonso Dias tem “feito com algumas amarguras, amarguras que têm a ver com a situação da indústria portuguesa e com a atitude de muitos clientes estrangeiros que vêm só em busca de mais valias, ou seja do pechisbeque.”

Tem ainda uma palavra emocionada para o mestre:

“Daciano da Costa foi a primeira pessoa a quem, como bom filho, eu dei a notícia do prémio. O pouco que sei aprendi-o fundamentalmente com ele. Ele foi o meu mestre, não tenho qualquer dúvida em afirmá-lo. A experiência de sete anos com ele, o convívio com o seu profissionalismo, é que me ajudaram a entrar na profissão. Sem passar por aquele atelier dificilmente eu faria o que hoje faço” (26).

#### 7.2- Prémio Nacional de Design Industrial 1992

Este prémio é fruto da dedicação à empresa Uniteam S.A. e ao processo metódico de intervenção na empresa de cutelaria ICEL lda. com vários projectos de cutelaria.

#### 7.3- Prémio Nacional de Design 2000 - Prémio de Carreira

##### DESIGN COMPREENSIVO

“Nesta apresentação do designer Eduardo Afonso Dias há boas razões para uma nota prévia sobre os três premiados.

Passaram-se muitíssimos anos, mas não mais que quarenta, sobre os começos de Cristina Reis, José Brandão e de Eduardo Afonso Dias; começos a que assisti no meu atelier de Belém numa experiência de ensino básico do design e mesmo no seu próprio trabalho de atelier em

projectos reais efectivos como foi o do Teatro Villaret.

Ensaiaava-se aí o Design que então pouco passava de uma ideia conceptualmente fugaz e uma prática derivando entre Artes Plásticas e Arquitectura.

Estava-se a inventar também um modo de vida num período de economia de escassez à beira já do coetanismo. De lá até cá essa ideia e essa prática ganharam sentido; individualizaram-se em territórios teóricos específicos, em mercados de trabalho especializados e em sistemas de ensino próprio. Nisto está muito de mérito destes *designers*.

Estes três designers que agora são distinguidos pelo CPD com os Prémios Nacionais de Design 2000 - Carreira fizeram caminhos diferentes de acordo com a circunstâncias, capacidades e oportunidades diferentes.

Para Eduardo Afonso Dias a fotografia era o principio de todas as coisas. Era até o principio do Cinema que a recusa duma bolsa de estudos deixou para trás. Encontrou então no Design um outro modo de dirigir o olhar para as novas realidades emergentes.

Todavia creio que não é só ao seu ressentimento em frente das portas fechadas do Cinema, nem só ao seu talento que se fica a dever o sucesso e a difusão do seu design nos mercados externos e que se deve o seu reconhecimento entre nós nos honrosos Prémios de Design 1983 e 1992.

Entre 1965 e 1973 a sua actividade divide-se entre Design de Interiores e Equipamento participando em experiências com outros mais ou menos adiantados no processo de construção do Design. Período este que cobre a transição da década de sessenta para a seguinte. Prepara assim a sua autonomia como designer e dá já então os primeiros sinais de um Design evidente.

Já numa empresa própria inicia uma intensíssima e sistemática actividade de investigação dentro duma perspectiva técnica-comercial, com contactos directos com firmas estrangeiras de produção e de distribuição de objectos e equipamentos “para casa”. Viaja por toda a Europa e pelos Estados Unidos e, por outro lado, faz um penetrante reconhecimento das realidades da produção nacionais manufactureiras e das suas capacidades de resposta às aberturas que vai abrindo para a exportação com um enorme esforço para a autonomização da produção nacional.

Todavia é do cruzamento inteligente e compreensivo entre as evidências desse mercado e as realidades e potencialidades da produção nacional que surge uma prodigiosa e extensíssima actividade de Design que havia de fazer a intermediação entre produção e consumo.

## 7- PRÉMIOS DE *DESIGN*

Mais de 500 produtos em 50 colecções de design para uma “nova paisagem doméstica” são o prodigioso saldo desta fase que vai de 1970 a 1990.

Esta acção não o levaria somente a uma maneira evoluída de estar na profissão. Levaria entre nós a uma nova etapa da própria prática e entendimento dum Design compreensivo como conceito extraído da prática.

Até então ou fazíamos um Design como detalhe de arquitectura ou estávamos a olhar para o Mercado do lado de dentro da Produção; nesta nova etapa que Eduardo Afonso Dias iniciou, o Design ficou do lado das evidências do Mercado a olhar para a Produção, ultrapassando técnicas mercantilistas ao ampliar o próprio espaço teórico-prático do Design.

Esta volta “por cima” é ainda mais qualificada pela quase obsessão de incorporar no produto, materiais nacionais como cortiça e de técnicas vernáculas que seriam condição de originalidade da imagem dos objectos longe dos folclorismos e do “Styling”.

Esgotada, mas vencida, uma etapa em que ultrapassa todos os bloqueios duma indústria que regrediu, que persiste na produção “a feito” ou mesmo na contrafacção mais manhosa (salvando-se em alguns casos os resultados da sua acção didáctica sobre a produção e desenvolvimento económico de empresas) é significativa a sua adesão ao ensino. É na Faculdade de Arquitectura de Lisboa na Licenciatura de Design de Produto que encontra um espaço de crítica e de transferência da sua fértil actividade profissional para uma acção pedagógica pragmática e com resultados visíveis.

Esta transferência duma experiência profissional multifacetada e pluridisciplinar para uma forma de ensino que não é uma simples reprodução de “casos” do quotidiano e passa a ser a representação universalista dos problemas do Design, está já demonstrada pelos seis anos que ensinou Projecto de Design.

Nesta época de mediatização do Design e de massificação do seu ensino é bom haver um Design do bom gosto e do bom senso, é bom saber que nos lugares em que se aprende está quem sabe ensinar” (27).



## 7.4- Destaques

1971 – Mensão Honrosa,

SPAL – Porcelanas.

1985 – Figura na Lexicoteca - Moderna Enciclopédia Universal,

Circulo de Leitores, Tomo VI, pág. 246.

1986 – Figura no Anuário “Design for Living”,

Domina Editoriale, Milão – Itália.

1991 – Figura na enciclopédia temática Portugal Moderno – Artes e Letras,

Edição da Pomo, pág. 104.

1992 – Nomeação por Portugal ao European Design Prize.

1994 – Figura no 1º directório, Design e Designers em Portugal,

APD – Associação Portuguesa de Designers.

1995 – Figura na História de Arte em Portugal,

Circulo de Leitores, Vol. III pág. 491/ 500.

1998 – Figura na Iconografia do Design - Portugal Século XX,

CPD – Centro Portugues de Design.

2002 – Seleccionado para Design Plus 2002,

Frankfurt – Alemanha.

2003 – Seleccionado para Selos Design 2003. (Figura 7.1)



Figura 7.1 – Lillinha de faqueiros GUME é seleccionada para figurar em selo dos CTT – Correios de Portugal (21.10.2003).

## 8- FUTURO

### 8- FUTURO

Eduardo Afonso Dias acredita que, *“Lá mais para diante pode finalmente criar-se um design português. Mas já não é para mim, é para a geração seguinte. Essa, com apoios estatais e da indústria, pode dar os primeiros passos para a caracterização de um design industrial português. Na minha geração, um trabalho como eu faço com a Uniteam é o que chamaria uma actividade higienizante. E na verdade está já a trazer maior qualidade aos produtos com os quais trabalho, qualidade que nasce da própria dinâmica do processo: é um processo de selecção natural...”* (28).

Numa entrevista de 2001 feita a Eduardo Afonso Dias sente-se o registo da compreensão do fim da luta profissional, e a compreensão de uma nova luta, o ensino, *“Numa vida dedicada à objectística e à grande produção em série, com a banda sonora do ruído das fábricas, Eduardo Afonso Dias procura afastar-se do “inferno de produtos” que criou, e talvez habitar um espaço de reflexão. Espaço esse, que parece ser o do ensino. Mas fica gravado, a preto e branco, a vontade de regressar a um desejo antigo: a fotografia, esse olhar para as coisas e registar...”* (29).

Já durante uma entrevista em 2009, Eduardo Afonso Dias expressa opinião de importante reflexão futura, *“O design em Portugal é uma disciplina jovem, tem cerca de 60 anos, e depende do poder económico, político e social. Está portanto debaixo de água! É perceber como se promove, se pratica, se desenvolve e se ensina esta jovem disciplina. Timeless... tratar este tema é preciso percebermos a história da disciplina a nível internacional. Mas, talvez seja mais importante ainda entendê-la a nível nacional. É necessária uma análise até às raízes da nossa cultura como projectistas e que reflecta sobre as várias épocas da nossa história enquanto nação.”*

Mais a frente diz-nos, *“É importante notar a ausência de designers em pontos chave de instituições ligadas ao ensino e promoção da disciplina. Mas a nova geração têm que se concentrar na cultura. Ruptura! (...) Há alterações expectáveis da disciplina (...) é necessário repensar a construção dos cursos e dos recursos para ensinar. É fundamental a qualidade. (...) É preciso ter cuidado na preparação de novos cursos e mestrados. Temos que ser rigorosos na formação para não ser coniventes com a formação para o desemprego. (...) No contexto português deve-se avançar pelo negócio com viabilidade comercial, projectar e viabilizar comercialmente as ideias é decisivo. (...) a fraqueza da nossa Indústria tem a ver precisamente com facto de não dominar a tal viabilidade comercial. Este é um tema que merece uma reflexão dura e incómoda”* (30).

## 8- FUTURO

Para Eduardo Afonso Dias é preciso, ter como base o que se fez em 60 anos de *design* em Portugal e que se apontasse caminhos, conceitos, certamente complicados e tortuosos, para o *design* de produto em Portugal.

## 9- ENTREVISTA A EDUARDO AFONSO DIAS

Com o objectivo de complementar esta monografia foi realizada na FA.UTL (Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa) uma entrevista a Eduardo Afonso Dias.

### **DV - Como vê a prática do *design* do produto em Portugal?**

EAD – Um bom exemplo para explicar esta problemática é o museu do *design* MUDE, ainda bem que existe, não estou contra. Embora não pratique uma política que seja um embuste do *design* de produtos transaccionáveis em Portugal.

O *design* do produto, é onde me sinto mais a vontade, pratiquei-o mais de 30 anos, *design* de ambientes ou gráfico são situações marginais de uma actividade principal que foi o *design* do produto.

### **DV - O *design* português não devia ser mais mencionado a nível académico?**

EAD - Como exemplos de uma reflexão global sobre o que é o papel do *design* do produto na economia, com exemplos bons e maus - sim.

Mas sobretudo credibilizar o *design* ao nível da indústria, colocá-lo no patamar onde deve estar, não no fim da produção de uma ideia, mas no princípio. Ou seja, não são os economistas sozinhos ou os engenheiros do produto que vão determinar as características formais e funcionais do produto. Eles sozinhos - não.

Deve haver a colaboração de *designers* nos primeiros patamares de uma iniciativa. O *design*, os *designers* têm que intervir e compreender as outras disciplinas, é um lugar geométrico de vários saberes. E só o *designer* compreendendo a viabilidade comercial, a adequação, a oportunidade do lançamento do produto, olhar para as características da produção existente, capacidades de invenção e funcionamento do tecido produtivo de um país, de uma região.

Integrar iniciativas multidisciplinares são tão importantes como os recursos financeiros, os economistas ou os gestores. O *designer* tem que se encontrar nesse patamar .

Eu digo aos meus alunos que é tão simples como isto, o *design* em Portugal não está credibilizado, não há um presidente de câmara que seja um *designer*, muito menos um ministro, e muito menos um presidente da república, não há directores gerais. Quer isto dizer que os *designers* estão em baixo, são uns tipos com jeito e tal. Muitos industriais com que me cruzei na minha carreira disseram-me "se eu tivesse o seu jeito para o desenho, tinha umas ideias bestiais".

**DV - O *design* industrial português é hoje fertilizado com uma população de objectos protótipos, como vê esta situação?**

EAD - Isso é um problema que tem a ver com o nosso atraso, fala-se aí muito, com certeza inovação, procura de um novo paradigma para a indústria não é para a economia, é para a indústria de bens transaccionáveis.

Isto demora tempo, e com estas confusões todas as pessoas acabam por desistir, há muita coisa que se pode fazer, designadamente indústrias ligadas com a água, não com pequenas indústrias mas com grandes indústrias.

Um exemplo que continua a ser pertinente é a marca fabricação de caiaques NELO,. Assisti ao início há 30 anos numa garagem na zona de Agueda. Agora é uma fábrica que produz caiaques em série que está sempre a inovar com um sentido de negócio muito grande.

O fundamental é criar uma imagem, uma viabilidade comercial para estes objectos, que neste caso são os cascos. Tudo o resto, é distrair do que é o negócio fundamental. Depois é por em prática para ver se a estratégia de exportação resulta.

Vamos lá ver, *design* português praticamente não há, é preciso camadas sobre camadas. O *design* em Portugal tem uns 60 anos, quem começou a falar em *design* foi o saudoso Mestre Frederico George, isto nos anos 50. Isto não é nada.

Por outro lado, a súbita proliferação de cursos de *Design* em Portugal foi uma estupidez, é incrível como se atira tantos *designers* para o desemprego - mal formados.

**DV - São *designers* do produto pouco cientes da realidade?**

EAD – Sim, completamente afastados e como estavas a dizer o aparecimento de objectos protótipos, é uma fase que não sou contra. Mas que não seja só isso, a ascensão social e a importância que o *design* deve ter no tecido produtivo em Portugal e decisivo, e ainda está por fazer. Essas contribuições que aparecem por aí, são uma tentativa de ir em busca de um certo protagonismo. Depois é preciso mergulhar na massa que faz o pão todos os dias.

**DV - O *designer* é um homem de cultura que gera actividade económica?**

EAD - A oportunidade e a análise, são papéis fundamentais para não dizer decisivos. Compreender as capacidades produtivas, as aparentes e as submersas, e entender as necessidades de consumo dentro e fora de Portugal.



## 9- ENTREVISTA A EDUARDO AFONSO DIAS

A criação de produtos alternativos e as importações são como Dom Quixote a lutar contra os moinhos. Grandes mamutes de lá de fora, mamutes com tecnologia avançada, com redes de distribuição super agressivas e enormes, não podemos combater isso, devemos procurar nichos de mercado e de consumo adequados.

Sou um prático, os objectos que projectei eram para serem usados, iguais aos outros com um feitiço diferente - não, não eram.

Era a oportunidade de fabrico e de continuidade do fabrico, não são situações ... algumas aconteceram. Quando a UNITEAM desvirtuou e me afastei, fecharam algumas fábricas com isso, a nossa intervenção não era decisiva mas apontava caminhos, um princípio que norteou a nossa intervenção foi nunca passar de 25 por cento da capacidade produtiva das fábricas.

Na inovação o *design* está na linha da frente. O que acontece é que em Portugal há demasiados *designers* formados nos últimos 15 anos, grande maioria não são *designers*.

**DV - Numa entrevista em 2001 para a revista PAGE, o Eduardo Afonso Dias diz que procurava afastar-se do "inferno de produtos" que criou, e talvez habitar um espaço de reflexão, espaço esse que parece ser do ensino. Que importância tem tido a carreira de docente?**

EAD - Pois foi, é um refugio. Depois de toda aquela paranóia de produção, nesta experiência de 15 anos de ensino, o que eu salvo é aprender, com a certeza de transmitir a minha experiência, as minhas vitórias e derrotas. Fez-me ter um certo recuo relativamente a minha performance. Eu aprendi muita coisa. Nesta altura do campeonato praticamente não tenho hipótese de exercer esse conhecimento de aprendizagem.

Os 15 anos de percurso académico foi aprender, transmitir informação e experiências, reflexões teóricas, com certeza, mas foi mais aprender. Porque malta jovem tem muito que ensinar ao mais velhos. Agora é preciso saber caldear isso, com a nossa experiência, com aquilo que se recebe, que é muito, e saber criar um corpo positivo desta problemática do *design* para transmitir a outros, nos doutoramentos, nos mestrados, nas pós-graduações.

**DV - As novas gerações de designers do produto tem conseguido responder aos desafios da profissão?**

EAD - Não, penso que estão com dificuldades inerentes a esta crise económica e financeira do país, as novas gerações tem que ser super criativas em termos de forma, função e viabilização

comercial, tem que credibilizar a sua cultura junto dos diversos interventores, economistas e gestores. O *designer* do produto é tão importante como um economista, como um financeiro, como um gestor, no que diz respeito a produtos transaccionáveis, objectos, coisas.

**DV - Olhamos para os pioneiros de *design* português e sentimos que os objectos possuem uma identidade. Os objectos do Eduardo possuem essa identidade?**

EAD – Sim, uma identidade muito influenciada pelos mercados alvo, primeiro a Escandinávia e depois seguindo para a América do Norte e Canadá. Uma identidade muito pragmática, desenvolvi produtos tentando aliar *know-how* e perfil nacional, com oportunidade de negócio e de verbas desses produtos.

**DV - Um conjunto de objectos exprime o desenvolvimento tecnológico dum grupo humano. De que maneira os objectos dá UNITEAM exprimiram o desenvolvimento tecnológico da indústria portuguesa?**

EAD - Tecnologia média para não dizer inferior, é aquilo que eu olhei e vi acrescentar um valor estético e funcional e até de intervenção industrial mais evoluída, foi uma intenção.

Procurar criar produtos adequados a determinados mercados sabendo nós que esses mercados potencialmente estariam atentos a esses produtos e a essa imagem, não é só o produto e a excelência do produto, mas também a imagem, a maneira de promover os próprios produtos tudo isso concorreu para desenvolver algumas unidades insípidas de bens transaccionáveis em grandes empresas ao nível nacional. Embora, no que respeita à loiça metálica, nós arrancamos com uma unidade que era pouco mais que uma oficina com poucos funcionários. Passados 10 anos torna-se uma unidade com 300 trabalhadores, depois um nova unidade com uns 200 trabalhadores, uma das maiores fábricas de louça metálica da Europa, graças a nossa intervenção, não sozinhos, tendo contribuído para isso a capacidade empresarial dos donos da fábrica.

**DV - Será que a saída para o *designer* do produto está em estabelecer contacto com pequenas indústrias?**

EAD - É possível, o problema é que estas pequenas indústrias não têm saída agora, e há 20 anos também não tinham. Razão pela qual a gente montou aquele esquema para o bem e para o

## 9- ENTREVISTA A EDUARDO AFONSO DIAS

mal que era a Uniteam ou seja instituir uma cultura do "bom" nas empresas que nós contactávamos, desenvolver uma política de influência para que produzissem outros produtos ou os mesmos configurados de outra forma e procurar viabilidade comercial para esses produtos.

O nosso papel foi esse, procurar rentabilizar produções, racionalizando essas produções e escoamento mais fácil. Trabalhámos com muitas unidades que não sabiam falar inglês, nunca tinham exportado.

**DV - Achei interessantes o conceito dos objectos para-novos, o Eduardo desenvolveu um regador com base numa caixa de açúcar?**

EAD - Nesse caso, o regador é desenvolvido a partir de uma caixa normal de açúcar, aproveitando a estampagem do corpo e da tampa para produzir o novo objecto. O corpo e o tampo são ligados um ao outro por um processo de solda automática e previamente à tampa foi introduzida uma abertura por estampagem.

O projecto foi apresentado à fábrica, e apesar de algum desagrado expliquei as vantagens do processo de fabrico deste objecto para-novo - foi um êxito na Escandinávia, lembro-me da primeira encomenda de 5 mil regadores, a fábrica calculava meio ano de produção - achei que não podia ser, acabaram por fornecer em dois meses.

Foram comercializadas mais unidades deste produto para os Estados Unidos e para o Canadá, não estavam a espera de tal aceitação, adaptar a produção e automatizar a produção sobretudo no que respeita a soldagem do canal junto ao corpo do regador, aí o processo foi mais complicado para conseguir responder aos pedidos do mercado, porque em termos de preço de produção estava tudo controlado.

**DV - É um produto extremamente interessante compreendendo o que esta por de trás, retrata muito bem um objecto para-novo e no fundo retrata o "design possível"?**

EAD - Sim, é fundamental no estágio actual da indústria transformadora de matéria em objectos em Portugal ter uma atitude humilde como esta, sou suspeito, mas isto é uma prova de uma atitude de "design possível", para além da criação de alternativas contemporâneas de *design* de ruptura, à luz das novas preocupações mundiais, sustentabilidade, ecologia, procurar novos usos e práticas comerciais inovadoras para fugir aos pingos da chuva, pois está a chover muito.

### **9.1 - Entrevistas e trabalhos publicados**

- 1982 - “A Boost for Portugal” - Revista Tableware International, entrevista Anthony Pike.
- 1983 - “Há que divulgar o Design!” - Revista Exportar ICEP, entrevista J. E.
- 1983 - “Spotlight on Portugal” - Revista Tableware International, entrevista Anthony Pike.
- 1984 - “Já exportámos 800 mil contos de Design” - Jornal Correio da Manhã, entrevista J. Luís Macedo.
- 1984 - “Faço o Design Possível” - Jornal Letras, Artes e Ideias, entrevista F. Assis Pacheco.
- 1984 - “Design Industrial” - PME/ DGQ, publicação para divulgação do Design Industrial, Aldo Rosa.
- 1984 - “Design Industrial: do imprevisto à disciplina” - Revista Exportar ICEP, entrevista J. E.
- 1985 - “Design, o risco da inovação” - Seminário Expresso, entrevista Madalena Martins.
- 1985 - “Uniteam: Getting rid of Bottlenecks” - Revista Tableware International, entrevista Jon Pearce.
- 1989 - “Design é risco...” - Revista Casa, entrevista C. Cordeiro.
- 1989 - “Intério – Uma estética de Ambiente” - Revista Casa e Decoração, entrevista Maria D.
- 1991 - “Surpresas do Plástico Injectado” - Revista Casa, entrevista C. Cordeiro.
- 1992 - “Cadernos de Design” - Publicação CPD, edição de Março, Julho e Setembro.
- 1992 - “Industrial Design: The Oldest Profession” - Londres, Int. Herald Tribune, entrevista E. Rosenthal
- 1992 - “Design + Prémios de Design” - Revista Casa, entrevista C. Cordeiro.
- 1993 - “As campeãs nacionais do Design” - Revista Exame, entrevista Geraldine Correia.
- 1994 - “Um entre poucos” - Revista Expresso, entrevista M. José Mauperrin.
- 1995 - “Eduardo Afonso Dias, o Homem com as facas” - Seminário, entrevista H. M.
- 1996 - “Seis criadores” - Revista Casa, entrevista Helena Osório.
- 1999 - “Design 2000” - Revista MID, Palácio Galveias – Lisboa.
- 1999 - “Um nicho de mercado” - Revista Casa, entrevista Teresa Tavares.
- 2001 - “Serviço de Carreira” - Revista Interiores, entrevista Cristina Belo.
- 2001 - “Dos objectos ao silêncio da reflexão” - Revista PAGE, entrevista João Ferreira.
- 2005 - “O designer total” - Revista Espaços, entrevista Rui Afonso Santos.
- 2010 - “Os tempos em que a IKEA teve design made in Portugal”, Jornal i, entrevista Luís Miranda.

## 10- CONCLUSÃO

### 10- CONCLUSÃO

O percurso profissional de Eduardo Afonso Dias mostra que é possível um caminho de viabilidade para o *design* do produto, um caminho desenvolvido de forma sustentada, apoiado num conceito de viabilidade comercial.

A primeira década de carreira como *Designer* foi marcada por um período privilegiado de colaboração com o atelier do arquitecto Sena da Silva e com o atelier do pintor e arquitecto Frederico George. Foram os mestres Daciano da Costa e Conceição Silva, de quem foi colaborador, que marcaram a sua juventude e fizeram explodir no seu intelecto a vontade de projectar produtos transaccionáveis.

Assim, surgem as primeiras intervenções esporádicas num design industrializado. Produtos como a linha de mobiliário OMNIA, a linha de cutelaria OMO e o faqueiro GUME, comprovaram a viabilidade projectual no fomento do *design* de produtos transaccionáveis.

Isto fez com que surgisse a Uniteam S.A. em 1977, empresa que tem o objectivo de exportar exclusivamente produtos fabricados em Portugal, aliando o *design* à gestão. Um intermediário "não-parasita" entre a produção e a distribuição, compreendendo a viabilidade comercial do *design* de produtos novos ou para-novos, uma ideia de *design* possível. Duas décadas que se traduzem na compilação de um número extenso de produtos nos quais sentimos uma atitude de *design* correcto, no sentido de desenhar produtos práticos e melhorar produtos já existentes.

A necessidade de expor os produtos desenvolvidos pela Uniteam, fez com que em 1984 aparecesse o primeiro showroom e posteriormente em 1986 fosse criada a empresa Intério S.A., seguida de uma cadeia de lojas em Lisboa e no Porto. Em 1993 Eduardo Afonso Dias sai da Uniteam e forma com outro sócio a empresa Uniforma - DTC (Design e Tecnologia Comercial). Ao fim destas duas décadas de desenvolvimento de produto, apenas a poltrona Pomba se encontra em comercialização pela Julcar Mobiliário Integrado, S.A.

Este percurso profissional deve ser referência para as gerações de novos designers. Existe já um número significativo de *designers* qualificados, capazes de darem respostas às solicitações da indústria. Urge, portanto, estabelecer a ponte entre *designers* e empresários, que poderão assim encontrar um apoio indispensável para melhorar qualidade dos seus produtos e aumentar a sua competitividade. Eduardo Afonso Dias ao longo do seu curriculum profissional estabeleceu essa ponte, de uma forma forte, sólida e significativa.



## II- BIBLIOGRAFIA

### Notas

- (1) Santos, Rui (2005), “O designer total”. Revista Espaços, pág. 72.
- (2) Anuário (2000), “O tempo do design”. Caderno Centro Português de Design, Ano 8, nº21/22. pág.56.
- (3) Silva, Sena (1959), “Formas utilitárias industriais e artesanais equipamento e pormenorização”. Revista Arquitectura, editor arquitecto Rui Mendes Paula, pág. 59.
- (4) Revista Convergências (2010), “O Mobiliário Português da Manufatura ao Processo Industrial” . Página consultada em 15 de Março de 2010, <<http://convergencias.esart.ipcb.pt/artigo/43>>.
- (5) Fragoso, Margarida (2008), “O século pop em Portugal”. Revista Arquitectura e Vida, nº 94.
- (6) Santos, Rui (2005), “O designer total”. Revista Espaços, pág. 73.
- (7) Ferreira, João (2001), “Dos objectos ao silêncio da reflexão”. Revista Page, Fevereiro, pág. 27.
- (8) Atelier Daciano da Costa (2010), “Historia de Atelier Daciano da Costa”, Página consultada em 10 de Abril de 2010, <<http://www.atelierdacianodacosta.pt>>.
- (9) Fragoso, Margarida (2008), “O século pop em Portugal”. Revista Arquitectura e Vida, nº 94.
- (10) Costa, Daciano (1987), “Depoimento de Daciano da Costa: Conceição Silva Designer”. Monografia do Arquitecto Francisco Conceição Silva, Iniciativa da Exposição /Sociedade Nacional de Belas Artes, Lisboa, 22 de Maio, pág. 20.
- (11) Pacheco, Assis (1984), “Faço o Design Possível”. Jornal de Letras, Artes e Ideias, pág. 25.
- (12) Revista Exportar ICEP (1984), “Design Industrial: do improvisado à disciplina”, Maio, nº12, pág. 24.
- (13) Pacheco, Assis (1984), “Faço o Design Possível”. Jornal de Letras, Artes e Ideias, pág. 26.
- (14) Pacheco, Assis (1984), “Faço o Design Possível”. Jornal de Letras, Artes e Ideias, pág. 25.
- (15) Santos, Rui (2005), “O designer total”. Revista Espaços, pág. 75.
- (16) Pacheco, Assis (1984), “Faço o Design Possível”. Jornal de Letras, Artes e Ideias, pág. 25.
- (17) Pacheco, Assis (1984), “Faço o Design Possível”. Jornal de Letras, Artes e Ideias, pág. 26.
- (18) Mauperrin, José (1994), “Um entre poucos”. Revista Expresso, Janeiro, pág. 89.
- (19) Pacheco, Assis (1984), “Faço o Design Possível”. Jornal de Letras, Artes e Ideias, pág. 26.
- (20) Revista Exportar ICEP (1984), “Design Industrial: do improvisado à disciplina”, Maio, nº12, pág. 24.
- (21) Revista Exportar ICEP (1984), “Design Industrial: do improvisado à disciplina”, Maio, nº12, pág. 25.
- (22) Catálogo Centro Cultural de Belém (1994), “Exposição Design 94”, Setembro, pág. 92.
- (23) Publicação Design Industrial (1984), “Eduardo Afonso Dias”. Revista PME e DG Qualidade, pág. 38.
- (24) Cordeiro, C (1989), “Design é risco ...”. Revista Casa Claudia, Março, pág. 54.
- (25) Cordeiro, C (1989), “Design é risco ...”. Revista Casa Claudia, Março, pág. 55.

## II- BIBLIOGRAFIA

- (26) Pacheco, Assis (1984), “Faço o Design Possível”. Jornal de Letras, Artes e Ideias, pág. 26.
- (27) Costa, Daciano (2000), “Design Compreensivo “. Nota introdutória ao Prémio Nacional de Design 2000, Prémio Carreira.
- (28) Pacheco, Assis (1984), “Faço o Design Possível”. Jornal de Letras, Artes e Ideias, pág. 26.
- (29) Ferreira, João (2001), “Dos objectos ao silêncio da reflexão”. Revista Page, Fevereiro, pág. 27.
- (30) Timeless - Experimenta Design (2009), “À mesa com Eduardo Afonso Dias e Aurelindo Jaime Ceia, de Frederico Duarte, Pedro Ferreira e Rita João”, Página consultada em 25 de Junho de 2010, <[http://www.experimentadesign.pt/2009/\\_download/EXD09\\_TMLS\\_CONVERSA.pdf](http://www.experimentadesign.pt/2009/_download/EXD09_TMLS_CONVERSA.pdf)>

## **12- ANEXOS**

### **12.1 - Principais mercados de exportação**

#### **Angola**

Angola (Lojas do Povo)

#### **Alemanha**

Alemanha (M+O Boehringer AB)

Alemanha (Kauphgüt AB)

Alemanha (Ingridhütte AB)

Alemanha (Classic AB)

Alemanha (IKEA)

Alemanha (Dörre AB)

Alemanha (kaufhof . Metro Group)

Alemanha (D. Kramer AB)

#### **Bélgica**

Bélgica (R.H. Macy & Cª Inc.)

#### **Canadá**

Canadá (IKEA)

Canadá (N.C. Cameron&Sons, Ltd)

Canadá (Pier One)

#### **Dinamarca**

Dinamarca (Amigo AB)

Dinamarca (CNB A/S)

Dinamarca (Rebild A/S)

Dinamarca (Tilbords AB)

Dinamarca (Hemogram Broager A/S)

Dinamarca (Imerco Co)

Dinamarca (Ancher Iversen aps)

## 12- ANEXOS

### **Escandinávia**

Escandinávia (IKEA)

### **Estados Unidos da América**

Estados Unidos da América (Crate&Barrel)

Estados Unidos da América (Teleflora Products)

Estados Unidos da América (Rubel&Co.)

Estados Unidos da América (Marvin S. Levine Assoc.)

### **Espanha**

Espanha (Alambique, S.A.)

### **Finlândia**

Finlandia (Jumaco OY)

Finlândia (Avente OY)

Finlândia (AhLens OY)

Finlandia (Keskusosuusliike OTK)

### **França**

França (Pier Import)

França (Camel Diffusion)

### **Holanda**

Holanda (CHR. Walner Koperwaren BV)

### **Itália**

Itália (Rinascente)

### **Inglaterra**

Inglaterra (Cake&Sons)

Inglaterra (Noritake, Ltd)

Inglaterra (Panduro Hobby, Ltd)

Inglaterra (Courtier Comp. Ltd.)

Inglaterra (T&G Woodware, Ltd)  
Inglaterra (British Home Stores, Ltd)  
Inglaterra (Nordscan, Ltd)  
Inglaterra (Marks and Spencer)

### **Irlanda**

Irlanda (Courtier Comp. Ltd.)  
Irlanda (Cake&Sons)

### **Japão**

Japão (Grupo Mitsui SA)

### **Noruega**

Noruega (Johan Thomsen A/S)

### **Suécia**

Suécia (B&W A/S)  
Suécia (Krögerhuset AB)  
Suécia (IKEA)  
Suécia (A/S Daells Varehus)  
Suécia (Duka A/S)  
Suécia (Globus A/S)  
Suécia (Hjalmar Blomqvist A/S)  
Suécia (Oskar Försberg AB)

### **Suíça**

Suíça (Euroteam)  
Suíça (ABM, Ltd.)  
Suíça (Globus A/S)

## **I2.2- Principal mercado interno**

Portugal (Torralta)  
Portugal (Modelo e Pão d'Açúcar)



## 12- ANEXOS

Portugal (Continente)  
Portugal (Intério, S.A)  
Portugal (Grupo Auchan)  
Portugal (Industrias LEVER)  
Portugal (Electroluminosa, Lda)

### 12.3- Principais fabricantes

#### **A**

Acrilexport, Lda - Acessórios casa de banho - acrílico  
António Rosa, Lda. - faiança  
Altecna, Lda. - candeeiros metálicos  
Arbotécnica, Lda. - objectos de MDF lacado  
Artur Campos, Lda. - mobiliário  
A. Oliveira, Lda. - objectos de cortiça

#### **B**

Baptista e Filhos, Lda. - objectos em madeira

#### **C**

Camex, Lda. - objectos de madeira  
Celar, Lda. - loiça em alumínio  
Cerâmica da Borracheira, Lda.  
Crisal, S.A. - objectos de vidro

#### **D / E**

Dantas & Comp<sup>a</sup>, Lda. - objectos de barro  
Eurogrês, Lda. - loiça em grês

#### **F**

Fago, Lda. - mobiliário  
Faplana, Lda. - utensílios para cozinha e mesa em plástico (compressão melamina)  
Facerama, Lda – faiança

## **H**

House Lda. - estofo

## **I**

Icel, Lda. - cutelaria

Intercoop, CRL – objectos utilitários

Indumag, Lda. - mobiliário e objectos em mármore

## **J**

JAP, Lda. - mobiliário

J. Moreira da Silva – mobiliário

Julcar – mobiliário

## **G**

Grêsminho, Lda. - loiça em grês

## **M**

Mafil, Lda. - cutelaria

Matra, Lda – objectos e mobiliário de madeira

Metalútil, Lda – loiça em cobre e latão

Meta S.A. - mobiliário

Móveis Viriato, Lda. - mobiliário

## **O / P**

Ormis, S.A. - caixas metálicas litografadas

Pousos, Lda. - objectos em vidro e madeira

Promibérica, Lda. - Acessórios casa de banho – aço-inox

## **R**

Rectamovel, Lda. - mobiliário

Romão e Rosa, Lda. - utensílios para cozinha e mesa em plástico injectado

Raul da Bernarda Lda. - faiança

## 12- ANEXOS

### **S**

Safaril, Lda. - faiança

Silva e Gonçalves, Lda – objectos de madeira

Sot, Lda. - objectos de madeira

Sousa Braga, Lda – mobiliário e objectos de madeira

Soc. Nac. Corticeira, Lda. - objectos de cortiça

SNC, Lda. - objectos em cortiça

### **U / V**

União Industrial de César, Lda. - loiça de alumínio e esmalte

UIC, Lda. - objectos em latão

Vulcano, S.A. - esquentadores e fogões



